

Diagnóstico de la Identidad Visual del Sistema de Señalización de “La Ruta de la Madera” en la ciudad de Constitución, VII Región del Maule.

Tesina de grado

Autor: Monserrat Vega García

Profesor guía: Rossana Bastías

Escuela de Diseño

Universidad de Valparaíso

Valparaíso, Agosto 2009

Prefacio

El propósito de esta investigación fue desarrollar académicamente un proyecto de la empresa Celulosa Arauco y Constitución, en la cual trabajé por 2 meses ejerciendo la práctica profesional. En esta se realiza un proyecto denominado “La Ruta de la Madera”, el cual está en desarrollo por parte de la empresa y ésta al haber estado trabajando con ella me ofreció la posibilidad de hacer la memoria con este proyecto. Es así como tomo la determinación de seguir académicamente con el tema en cuestión en la tesina e investigación aplicada, para así poder tener el trabajo encaminado para el proyecto de título.

ÍNDICE

Contenidos	Página
Abstract	6
I. Introducción	7
II. Metodología de la Investigación	9
A. Instrumentos y criterios de selección	9
B. Estrategia de aplicación de instrumentos	12
III. Marco Teórico	14
1. Empresa	14
1.1. Historia	14
1.2. Misión / Visión	14
1.3. Organigramas (ubicación depto. a cargo del proyecto)	15
2. Turismo	16
2.1. Ventajas y Beneficios del Turismo	16
2.2. Categorías de Turismo	16
2.3. Turismo Cultural	17
2.4. Diagnóstico de la Ciudad de Constitución	17
2.5. Perfil y comportamiento del turista en la Región del Maule	21
3. Comunicación Corporativa	22
3.1. Comunicación	22
3.2. Identidad e Imagen	23
3.3. La Marca	23
3.4. Señalización y Señalética	24
3.4.1. Clasificación de las señales	24
3.4.2. Elementos gráficos	25
3.4.2.1. Símbolo	25
3.4.2.1.1. Pictogramas	26

3.4.2.2. Flechas	26
3.4.3. Aspectos físicos y ergonómicos	26
3.4.4. Tipografía y color	27
3.4.5. Materiales y sistemas de sujeción	30
IV. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	31
4.1. Análisis	31
4.1.1. Codificación de los datos	31
4.1.2. Construcción de las bases de datos	31
4.1.3. Análisis de los datos	31
4.2. Cuadro de análisis entrevista	32
4.3. Cuadro de análisis cuestionario	35
4.4. Cuadro de análisis de la Matriz de Instalaciones de la Ruta de la Madera	38
4.5. Cuadro de análisis de la Matriz de Fichas Señaléticas	41
V. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	43
5.1. Cuadro de resultados entrevista y encuesta	43
5.2. Cuadro de resultados Matriz de Instalaciones de la Ruta de la Madera	44
5.3. Cuadro de resultados Matriz de Fichas Señaléticas	46
VI. CONCLUSIONES	48
6.1. Conclusiones de Contenidos	48
6.1.1. Identidad	48
6.1.2. Comunicación	48
6.1.3. Señalización y Señalética	49
6.1.4. Elementos Operacionales	52

VII. RECOMENDACIONES	52
7.1. Identidad	52
7.2. Comunicación	54
7.3. Señalización y Señalética	54
7.4. Elementos Operacionales	55
VIII. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	57
IX. INDICE DE CUADROS Y FOTOGRAFIAS	59
X. ANEXO	61
1. Instrumentos de investigación	61
1.1. Entrevista	61
1.2. Cuestionario	63
1.3. Matriz de las instalaciones de la ruta de la madera	66
1.4. Matriz de fichas señaléticas	95

ABSTRACT

La presente Tesis se desarrolló para contribuir con el proyecto “La Ruta de la Madera” ubicado en la ciudad de Constitución, en la VII Región del Maule. Este proyecto lo lleva a cabo la empresa Celulosa Arauco y Constitución, y su objetivo es integrar en un recorrido turístico las instalaciones que la empresa posee en la comuna de Constitución, mostrando de manera dinámica-educativa los procesos productivos relacionados con la actividad empresarial de la madera.

La necesidad que se presentó fue la de producir la cohesión de las instalaciones mediante una correcta aplicación de la comunicación corporativa; esto se llevó a cabo haciendo un diagnóstico del terreno, el cual corresponde a las instalaciones que posee la empresa en la comuna de Constitución y Quivolgo; este diagnóstico fue hecho mediante la aplicación de instrumentos de investigación en el trabajo de campo, los cuales entregaron los resultados para hacer posteriormente un análisis y conclusiones que finalmente dieron paso a proponer los lineamientos o recomendaciones para que se produzca una cohesión en la comunicación corporativa de las instalaciones de la empresa.

En esta Tesis se identificaron cuatro factores primordiales para realizar el trabajo de campo y generar las posteriores recomendaciones para la Ruta de la Madera. Estos son: La identidad; la comunicación; la señalización y señalética; y los elementos operacionales.

Finalmente, se ha comprobado la hipótesis de base del presente estudio, la cual expresa que una correcta aplicación de los principios de la identidad visual facilitaría la coherencia del sistema de identificación visual y señalización del producto turístico “La Ruta de la Madera”. Esto se comprueba luego de que se diagnosticara una incoherencia en el sistema de identidad visual y señalización a causa de la incorrecta aplicación de los principios de identidad visual. Esto refleja claramente una carencia en diseño y comunicación estratégica de La Ruta de la Madera.

Palabras claves: Comunicación Visual; Códigos Visuales; Sistemas de Señalización; Rutas Turísticas.

I. INTRODUCCIÓN

El tema de la tesis es Diagnóstico de la Identidad Visual del Sistema de Señalización de “La Ruta de la Madera” en la ciudad de Constitución, VII Región del Maule.

Fundamento del área de estudio:

En los primeros meses de este año, por motivos de desarrollo académico como diseñadora, desempeñé funciones de práctica profesional en el departamento de Asuntos Públicos del Maule, de la empresa Celulosa Arauco y Constitución en la ciudad de Talca. Esta organización realizó una alianza con las empresas Forestal Celco y Celulosa Constitución para crear el proyecto “La Ruta de la Madera”, el que cuenta con un recorrido gratis para la comunidad de la Región del Maule y turistas externos que accedan a la Región, este tiene como objetivo integrar en un recorrido turístico las instalaciones que la empresa posee en la comuna de Constitución, mostrando de manera dinámica-educativa los procesos productivos relacionados con la actividad empresarial de la madera. Este proyecto es un aporte para la ciudad y un beneficio para los habitantes de la Región del Maule. El proyecto se enmarca en los cuatro pilares fundamentales de la empresa los cuales son a saber: Empresa, Medio Ambiente, Comunidad y Educación; que tienen como objetivo cambiar la percepción negativa de la comunidad hacia la empresa y demostrar que en los procesos productivos se ha introducido el control del impacto ambiental.

Esta es un área emergente en el polo de desarrollo del turismo cultural-rural en la ciudad de Constitución. La demanda de la ruta tiene una temporalidad cíclica, ya que durante el año continúa la visita de turistas nacionales aunque no con el grado de afluencia que existe en el período estival. De acuerdo a las estadísticas de la actividad turística en la Región del Maule (INE y SERNATUR) el mes con mayor número de pasajeros es Febrero, anteponiéndose al mes de Mayo.

Un eficiente sistema de identidad visual y señalización permitiría una correcta comunicación y difusión del proyecto de “La Ruta de la Madera”. Impactaría en el aumento del número de turistas en la Región del Maule y produciría un beneficio tanto para la empresa y los habitantes de la zona gracias al incremento de puestos de trabajo por las implicancias que significa la articulación de un circuito turístico-cultural.

Problema:

No existe coherencia en el sistema de identidad visual y señalización en “La Ruta de la Madera”, lo que afecta su reconocimiento público y, consecuentemente, su desarrollo como producto turístico de la Región del Maule.

Causa:

No existe una correcta aplicación de los principios de la identidad visual en el producto turístico “La Ruta de la Madera” de la Región del Maule.

Tipo de investigación: Esta investigación es de diseño no experimental, transversal descriptiva, ya que se realizan observaciones en un momento único en el tiempo de variables que se presentan en su contexto natural para después analizarlos de manera individual.

Hipótesis

Una correcta aplicación de los principios de la identidad visual facilitará la coherencia del sistema de identificación visual y señalización del producto turístico “La Ruta de la Madera”.

Objetivos

Objetivo general:

Proponer los lineamientos para una futura propuesta de diseño de la Identidad Visual y el sistema de señalización de “La Ruta de la Madera”.

Objetivos específicos:

- Diagnosticar el alcance actual del diseño y comunicación estratégica del sistema de identificación visual y señalización utilizado en “La Ruta de la Madera”.
- Identificar las principales carencias en el diseño de identificación visual y el sistema de señalización en “La Ruta de la Madera”.

Pregunta de investigación

¿La identificación de las principales carencias en diseño y comunicación estratégica que presenta actualmente “La Ruta de la Madera”, permitirá diagnosticar el alcance actual del sistema de identificación visual y señalización?

II. METODOLOGÍA

A continuación se presenta la metodología utilizada en esta investigación, definiendo los criterios, instrumentos y la estrategia de aplicación de éstos.

A. Instrumentos y criterios de selección:

El diseño de los instrumentos de investigación permitirá en primer término obtener información de fuentes primarias. En segundo término nos permitirá establecer los resultados de la investigación necesarios para desarrollar los criterios y a posterior proponer los lineamientos de una futura Identidad Visual y sistema de señalización de “La Ruta de la Madera”.

Para la recolección de datos y un posterior diagnóstico se utilizaron los siguientes instrumentos: cuestionario y entrevista por correo electrónico, matrices de análisis para cada instalación y una matriz de análisis para las señaléticas. Estos instrumentos se aplicaron a los directivos del proyecto, los cuales tienen diferentes áreas a cargo.

Instrumento 1: Entrevista y Cuestionario

El cuestionario y la entrevista se han desarrollado mediante ítems, los cuales son: identidad, comunicación y elementos operacionales de la ruta de la madera, que se conforman por los contenidos que se quieren medir.

Identidad corporativa

- Existencia de un programa de identidad.
- Existencia de un manual de identidad.
- Quien ha definido sus características.
- Importancia de la marca de la empresa.
- Conocimiento explícito de la política comunicacional.
- Realización de segmentación de públicos de la ruta.
- Conocimientos de los públicos de la ruta.

Comunicación corporativa

- Existencia de una política comunicacional.
- Definición de la identidad.
- Elementos del programa de identidad.
- Existencia de un plan de medios.
- Medios que utiliza para gestionar la comunicación.
- Quien diseña el plan de medios.

Elementos Operacionales

- Acceso a la ruta.
- Capacidad de personas para realizar la ruta.
- Tiempos de recorridos.
- Públicos de la ruta
- Existencia de protocolos para cada público.
- Las instalaciones que conforman la ruta.
- Recurso humano para la ruta.
- Horarios.

Instrumento 2: Matriz de diagnóstico y evaluación de la comunicación corporativa de “La Ruta de la Madera”

Este instrumento nos permitirá establecer un diagnóstico de cada instalación de la ruta de la madera con criterios desde la perspectiva de la comunicación corporativa. Los criterios serán aplicados en cada caso según las implicancias que tenga cada instalación sobre el programa de señalética. Se realizó la siguiente matriz bajo la metodología que plantea Joan Costa en su libro Señalética, perteneciente a la serie Enciclopedia del diseño (Costa, 1998) en donde se desarrollarán los siguientes puntos:

Etapas 1. Contacto

Se inicia con el contacto físico del espacio real y con el lugar a tratar. Estos espacios están destinados a prestar servicios distractivos y culturales.

1.1. Tipología funcional: La función del espacio es primordial para establecer servicios y productos complementarios. Un museo tiene una función social. Existen estereotipos mentales que se vinculan a una función en particular.

1.2. Personalidad: De acuerdo a la actividad que el público haga, el espacio adquirirá características propias, de acuerdo a los estereotipos mentales de cada persona. Por ejemplo, grandes almacenes suscitan cierta euforia, se distinguirán por la profusión, luminosidad, colorido, elementos destinados a estimular un clima particularmente activo y propicio a la compra.

1.3. Imagen de marca: Es la identidad, lo que lo hace diferente. Este ítem es subordinado de los 2 anteriores y define como será el programa señalético que se implantará en función de la personalidad (que ya es un estereotipo) y la imagen. Es por esto que se debe tener en cuenta las connotaciones distintivas que conviene reforzar, tomando como referencia el programa de identidad corporativa o el programa de imagen global.

Etapas 2. Acopio de información

Descripción exacta del espacio y sus condicionantes, además de las nomenclaturas que definen las informaciones señaléticas a transmitir.

2.1. Plano y territorio: Lectura de los planos e identificación sobre el terreno de la estructura espacial y sus puntos-clave:

a) zonificación: La zonificación permite establecer los datos necesarios para poder acceder al lugar que se está analizando. Ya sea a través de distancias en tiempo y kilómetros.

b) ubicación de los servicios: A menudo es provisional. Requerirá un código circunstancial de señalación en los planos.

c) recorridos: Los caminos que son necesarios recorrer para llegar al destino analizado.

Señalación de a, b y c en los planos.

2.2. Flujos y puntos clave: Las palabras-clave son un listado de palabras fundamentales que definen los diferentes servicios o determinan reglamentaciones que eventualmente se convertirán en unidades de información para el público. Estas palabras se localizan sobre el plano incidiendo con cada itinerario.

Se deben tomar fotografías de los puntos-clave que no son identificables en los planos y se deben tener en cuenta criterios como mayor afluencia y movimiento de público; situaciones dilemáticas de decisión.

2.3. Condiciones arquitectónicas: Se debe tener en cuenta todas las condicionantes arquitectónicas que puedan incidir (limitándolo o constriñéndolo) en el desarrollo del programa señalético. Por ejemplo: alturas irregulares de los techos, lugares de uso privado, recorridos inevitables, condiciones de iluminación natural, etc.

2.4. Condiciones ambientales: Si se trata de lugares donde la ambientación interior o exterior se presenta como una situación de hecho, y esas condiciones son determinantes para la concepción del programa señalético, es necesario incluirlas en este acopio de información que constituye la etapa 2. Se tomara nota del estilo ambiental, los colores dominantes o combinaciones de colores, condiciones de iluminación natural y artificial, decoración, mobiliario, elementos complementarios, materiales, texturas, etc., ya que no siempre hay congruencia entre la realidad y la imagen que, a través de esta realidad, se desea proyectar por medios señaléticos.

Instrumento 3: Matriz de Fichas de Señaléticas

En base a lo detectado en las matrices de diagnóstico de la ruta de la madera se desarrollarán fichas de cada señal informativa, las cuales deberán indicar la situación actual de la señal con una fotografía y un plano indicando la posición de ésta. Las señales se evaluarán bajo los siguientes criterios:

- **Tipología:** Se pueden clasificar según el objetivo y/o su sistema de sujeción o colocación.
- **Módulo compositivo:** Define la matriz para la diagramación de cada señal, la cual significará la imagen de marca.
- **Tipografía:** Selección de los caracteres tipográficos bajo los criterios de connotación y legibilidad. Se definirán el contraste necesario, el tamaño y el grosor de la letra.
- **Pictogramas:** Se utilizan desde el punto de vista semántico (significación unívoca), sintáctico (unidad formal y estilística) y pragmática (visibilidad, resistencia a la distancia).

- **Código cromático:** La codificación por colores permite diferenciar e identificar diferentes recorridos, zonas, servicios, departamentos, plantas de edificio, etc. En caso de que los colores corporativos deban tener un peso específico puede ser conveniente la aplicación de un subcódigo cromático. Se deben realizar pruebas de contraste y verificar las connotaciones o la psicología de los colores.
- **Materialidad:** Se deciden los tamaños, los materiales, el uso de la iluminación (sólo si es necesario); los sistemas de fijación de paneles. Se observarán recomendaciones y normas internacionales, así como las precauciones contra vandalismo.
- **Ergonomía visual:** La ergonomía visual se encarga de identificar y analizar los aspectos medioambientales y laborales que pueden causar problemas en la salud ocular y en la funcionalidad visual, o bien que pueden optimizar el rendimiento visual en el entorno. Sus campos específicos de acción están relacionados con la iluminación y el color para el rendimiento visual.

B. Estrategia de aplicación de instrumentos:

Instrumento 1: Entrevista y cuestionario

El método de recogida de datos que se ha seleccionado en un comienzo es la entrevista y cuestionario vía correo electrónico que nos da un primer acercamiento al problema y nos guiará para el desarrollo de la investigación.

Se ha determinado aplicar estos instrumentos a informantes clave directamente relacionadas con este proyecto en diferentes áreas, por el grado de conocimiento que poseen del mismo. Ello asegura acceder a una fuente de datos fidedigna de las características de la Ruta de la Madera.

Como primer procedimiento existe una revisión de los instrumentos, de su estructura, lo que llevó a agrupar los ítems de acuerdo a contenidos y en donde se ha optado por un diseño de cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas.

El cuestionario y la entrevista tienen como objetivo indagar en la apreciación del Diseño Gráfico, en la Comunicación Estratégica y en elementos operacionales por parte de los directivos del proyecto.

La unidad de análisis es el estudio de la ruta de la madera, perteneciente a la empresa Arauco. Las fuentes de información serán los directivos del proyecto, por el estilo de las preguntas y por el conocimiento que poseen de la gestión de la ruta.

El proceso metodológico de la construcción del cuestionario y entrevista fue realizado a partir de dos fuentes fundamentales: Las investigaciones académicas previas, consulta y revisión de fuentes bibliográficas que nos permitió aplicar los conceptos teóricos.

El modelo se estructuró alrededor de tres áreas temáticas que nos interesaba indagar: Identidad, Comunicación y Elementos Operacionales de la Ruta de la Madera. Estas tres áreas temáticas permitirán al investigador describir cuales son las características del proyecto, describir como se está incorporando el diseño gráfico en la ruta de la madera.

Instrumento 2: Matriz de diagnóstico y evaluación de la comunicación corporativa de “La Ruta de la Madera”

La estrategia de aplicación de este instrumento consiste en una primera instancia en tener contacto físico real con el lugar para luego dar una exacta descripción física del espacio y de las unidades de análisis, las cuales son: Identidad y Comunicación Corporativa de la Ruta de la Madera.

Se determina una matriz para el análisis de cada una de las instalaciones pertenecientes a la ruta de la madera. Estas son: Centro de Visitantes Quivolgo, Cuevas de Quivolgo, Vivero Quivolgo y Celulosa Constitución.

El proceso metodológico de la construcción de la matriz fue realizado a partir de una fuente fundamental: Joan Costa. Señalética, perteneciente a la serie Enciclopedia del diseño (Costa, 1998)

El modelo se estructuró alrededor de dos áreas temáticas que nos interesaba indagar: Identidad Corporativa y Comunicación Corporativa.

Instrumento 3: Matriz de Fichas Señaléticas

Se estableció aplicar este instrumento a cada señal encontrada en el espacio físico real, en donde cada señal se registrará con una fotografía indicando en un mapa la posición geográfica exacta de ésta.

Esta matriz tiene como objetivo analizar la señalética actual de la Ruta de la Madera y poder establecer un diagnóstico de ésta con más detalle.

La unidad de análisis es la señalética de la Ruta de la Madera. Las fuentes de información son las fichas que ya se encuentran en el lugar.

El proceso metodológico de la construcción de la matriz fue realizado a partir de una fuente bibliográfica base: Señalética, perteneciente a la serie Enciclopedia del diseño (Costa, 1998)

El modelo se estructuró alrededor de una de las áreas temáticas que nos interesaba indagar: La señalización y señalética. Esta área permitirá dar un diagnóstico certero de las condiciones actuales de la señalización y señalética de la Ruta de la Madera.

III. MARCO TEÓRICO

1. Empresa

1.1. Historia

ARAUCO es una de las mayores empresas forestales de América Latina en términos de superficie y rendimiento de sus plantaciones, fabricación de celulosa kraft de mercado y producción de madera aserrada y paneles. Está organizada en cuatro áreas estratégicas de negocios: Forestal, Celulosa, Madera Aserrada y Paneles. Sus oficinas comerciales y su amplia red de agentes a nivel mundial permiten comercializar sus productos en más de 50 países.

En 1967, se establecen los estatutos y se celebra la primera sesión de directorio de Industrias de celulosa Arauco S.A. Las operaciones de la planta de celulosa en Arauco comienzan en enero de 1972.

En el protocolo firmado en diciembre de 1968 y aprobado por el consejo de la corporación de fomento, se estableció la creación de la sociedad celulosa constitución, con el objetivo de construir y explotar una planta de celulosa en esta ciudad, la que comienza a operar en septiembre del 1976.

1.2. Misión / Visión.

Ser un referente mundial en el desarrollo sustentable de productos forestales.

Maximizar el valor de nuestros bosques de manera sustentable, integrando producción forestal de excelencia con transformación industrial eficiente en productos de valor agregado para su comercialización en el mercado mundial de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.



Figura n°1. Marca Arauco. Fuente: normas gráficas 2008.

1.3. Organigrama

La empresa Arauco está dotada de un directorio y de divisiones administrativas por la gran magnitud que presenta ésta.

Este organigrama permite visualizar dónde está ubicado el departamento de Asuntos Públicos del Maule, el cual está a cargo del proyecto “La Ruta de la Madera”.

La oficina de este departamento está ubicada en la ciudad de Talca, en la VII Región del Maule.



Figura n°2. Organigrama de la empresa. Fuente: Elaboración propia.

Es en la subgerencia de AAPP del Maule en donde el proyecto está asentado, y donde se encuentran las personas directamente relacionadas con éste.

2. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

El turismo se define como la “Actividad socioeconómica producto del desplazamiento temporal de personas, fuera de su lugar de origen o permanencia habitual, sin fines de lucro.” (Campuzano, 1998)

El mercado cada vez más segmentado, competitivo y exigente entrega la oportunidad de que nazcan productos turísticos distintivos.

El producto turístico que ofrece la empresa Arauco se llama “La Ruta de la Madera”, el cual como bien dice su nombre consiste en una ruta temática del área forestal principalmente.

Definiciones de producto turístico:

“Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material espiritual), en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista”. (Cárdenas, 1986)

En la actualidad la demanda de la ruta tiene una temporalidad cíclica, ya que durante el año continúa la visita de turistas nacionales aunque no con el grado de afluencia que existe en el período estival. De acuerdo a las estadísticas de la actividad turística en la Región del Maule (INE y SERNATUR) el mes con mayor número de pasajeros es Febrero, anteponiéndose al mes de Mayo.

2.1. Ventajas y Beneficios del Turismo

El turismo es una actividad que tiene una relevancia importante para la **comunidad** y la **empresa**, ya que crea **empleos** y activa la economía generando **riqueza** de la zona sobre otros sectores, por lo cual se convierte en un factor estratégico para el desarrollo de la comunidad y Arauco. Cabe destacar que el proyecto “La Ruta de la Madera” puede influir positivamente en la imagen que tienen los habitantes de la empresa, entregando contenidos culturales favoreciendo el acercamiento entre éstos. Al generar una afluencia turística a la ciudad de Constitución, genera un crecimiento en actividades como el transporte, las comunicaciones y los servicios en general.

2.2. Categorías de Turismo

Hay diferentes tipos de turismo según las características y motivaciones que llevan a las personas a desplazarse fuera de su entorno habitual. Estos se clasifican en: turismo de placer, turismo de negocios, turismo de descanso, turismo deportivo, turismo religioso,

turismo de congreso y convenciones, turismo aventura, y por último pero el que nos concierne en este proyecto, el turismo cultural.

2.3. Turismo Cultural

El turismo cultural está vinculado con conocer lugares de interés, ya sea por motivos históricos o costumbristas, esto les permite estudiar y difundir la riqueza patrimonial de la zona. En el caso del proyecto “La Ruta de la Madera”, es un producto turístico cultural que propone la empresa Arauco para el acercamiento de los visitantes con la principal actividad económica de la zona, la cual es la industria forestal y la industria de la celulosa, y además ofrece un sistema de información por medio de visitas guiadas a las instalaciones que posee la empresa y que están relacionadas con la historia de Constitución y, como se dijo anteriormente, con las principales actividades económicas.

En la “La Ruta de la Madera” predomina un turismo interno, el cual es el realizado por chilenos y los extranjeros que residen de manera permanente en el país y que viajan exclusivamente dentro del territorio nacional.

2.4. Diagnóstico de la Ciudad de Constitución

“Constitución está ubicado en la orilla sur de la desembocadura del Río Maule en el Océano Pacífico. La ciudad se encuentra al suroeste limitada por numerosos cerros y colinas, siendo la más importante la colina de Mutrún, situada cerca de la desembocadura. Hacia el sector costero, destacan las formaciones pétreas y roqueríos varios, entre los que destacan la Piedra de la Iglesia, el Peñón de Calabocillos, la Roca de los Enamorados y el Peñón de Elefante.

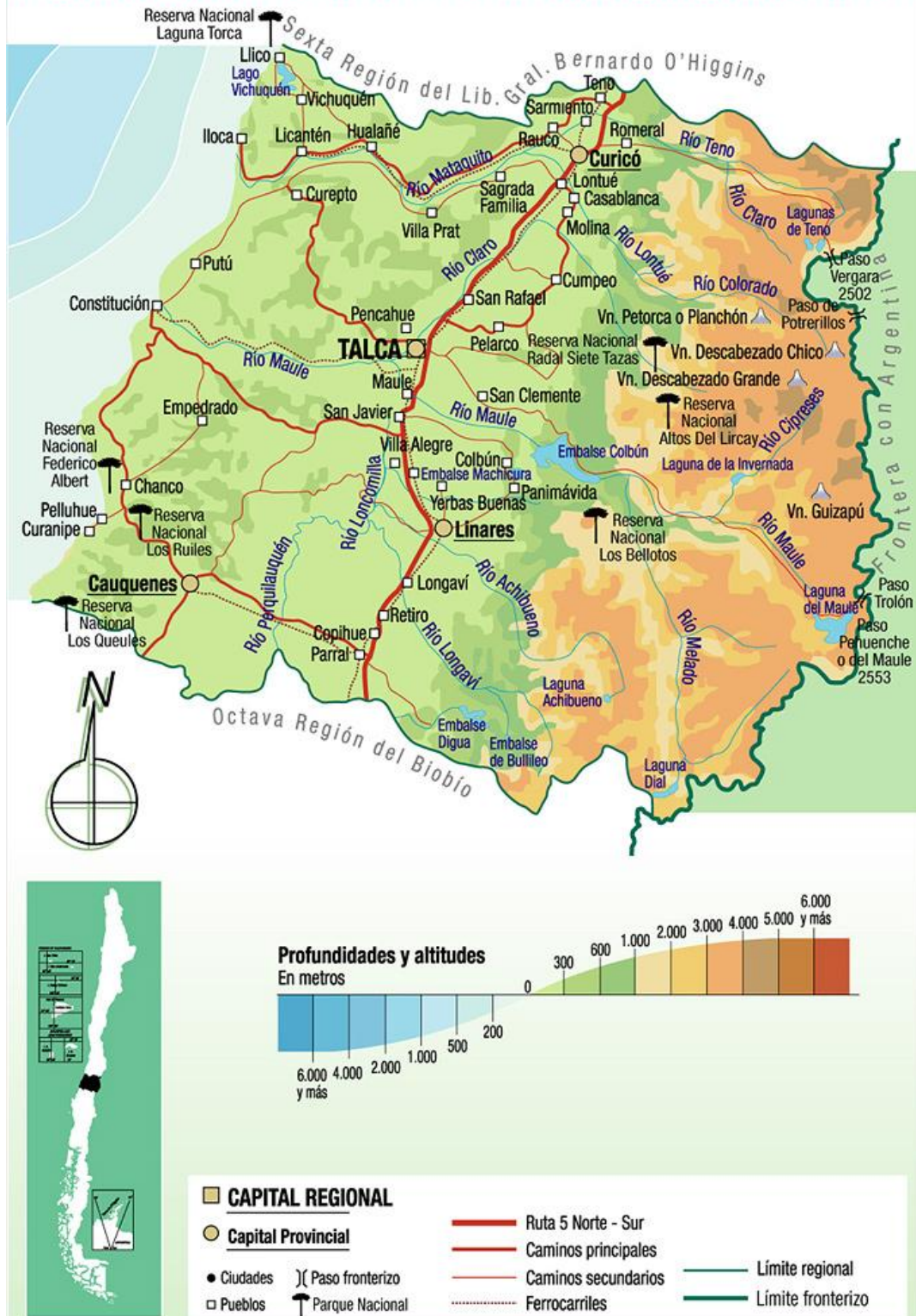
La comuna de Constitución posee una superficie de 1.344 m² en donde viven 46.081 habitantes con una densidad de 34,29 hab/Km².

El clima de constitución es del tipo Mediterráneo con influencia Oceánica, lo que hace que el clima sea suave con veranos frescos e inviernos benignos, pero posee gran humedad atmosférica durante todo el año.

En sus inicios la ciudad se dedicó principalmente a la fabricación de barcos, destacándose los lanchones llamados faluchos. En el siglo XIX, Constitución se transformó en el principal astillero del país. Luego, con la construcción del ferrocarril hacia Talca, se transformó en el puerto de salida de los productos agrícolas del valle del Maule.

A inicios del siglo XX, la plantación de pino y eucalipto transformó a Constitución en el centro maderero del país. Consciente del enorme potencial industrial que podía surgir, durante el gobierno de Pedro Aguirre Cerda se inició la construcción de la Fábrica de Papel de Constitución, filial CORFO, que en 1960 se transformó en la Celulosa de Constitución, que al fusionarse en 1975 con la Fábrica Papelera de Arauco conforma la Celulosa Arauco y Constitución (CELCO). Hoy, Constitución es el tercer productor de papel de Chile, detrás de Laja y Valdivia.” (Extraído el 6 de junio desde www.constitucion.cl)

Mapa físico VII Región



"Autorizada su circulación en cuanto a los mapas y citas que contiene esta obra, referentes o relacionadas con los límites internacionales y fronteras del territorio nacional, por Resolución N° 284 del 21 de octubre de 2003 de la Dirección Nacional de Fronteras y Límites del Estado. La edición y circulación de mapas, cartas geográficas u otros impresos y documentos que se refieran o relacionen con los límites y fronteras de Chile, no comprometen, en modo alguno, al Estado de Chile, de acuerdo con el Art. 2°, letra g) del DFL. N° 83 de 1979 del Ministerio de Relaciones Exteriores".

Figura n°3. Mapa físico VII Región. Fuente: www.icarito.cl

Para acceder a Constitución se puede hacer por vehículos particulares, locomoción interurbana y por transporte ferroviario.

A continuación se muestran las vías de acceso a la comuna desde Talca, el cual demora un tiempo promedio de 2 horas y las condiciones del camino son muy bueno.

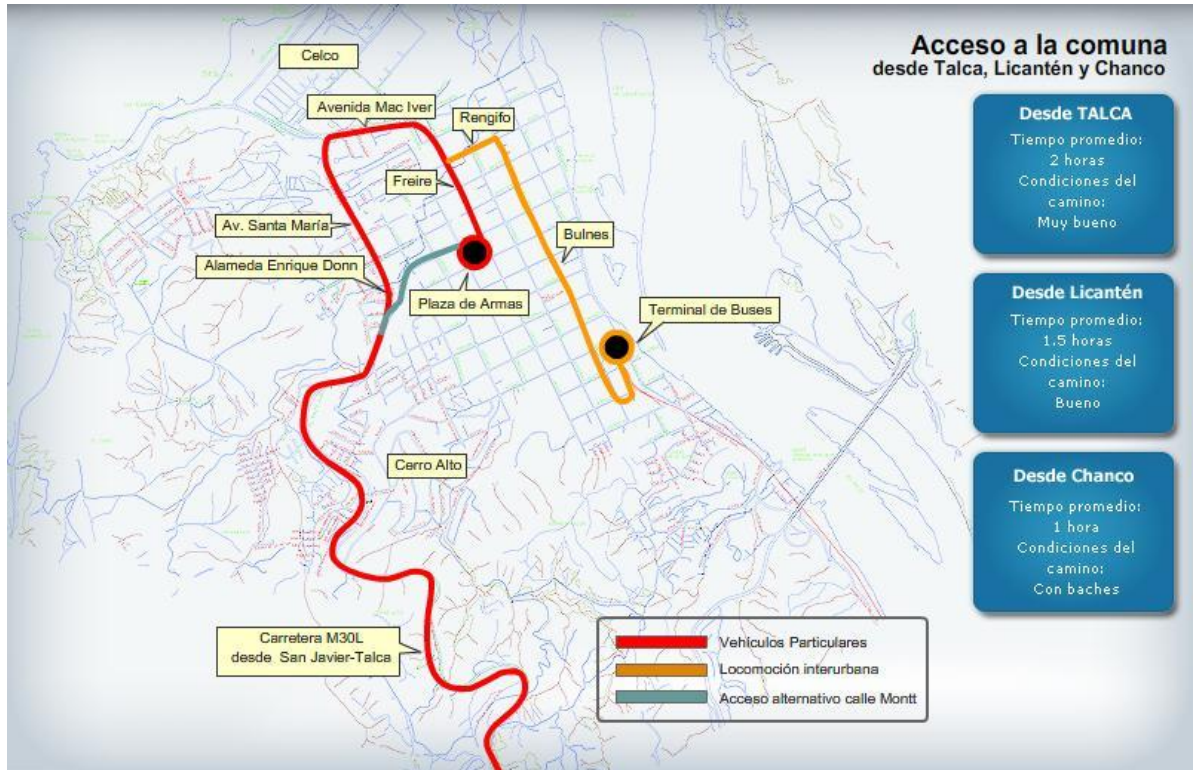


Figura n°4. Mapa de acceso Constitución. Fuente: Extraído el 6 de junio de 2009 desde http://www.constitucion.cl/nuestra_comuna_acceso.htm

En la siguiente imagen se puede apreciar la ciudad de Constitución con vista satelital, en la cual se demarcado con circunferencias las instalaciones que conforman la Ruta de la Madera.

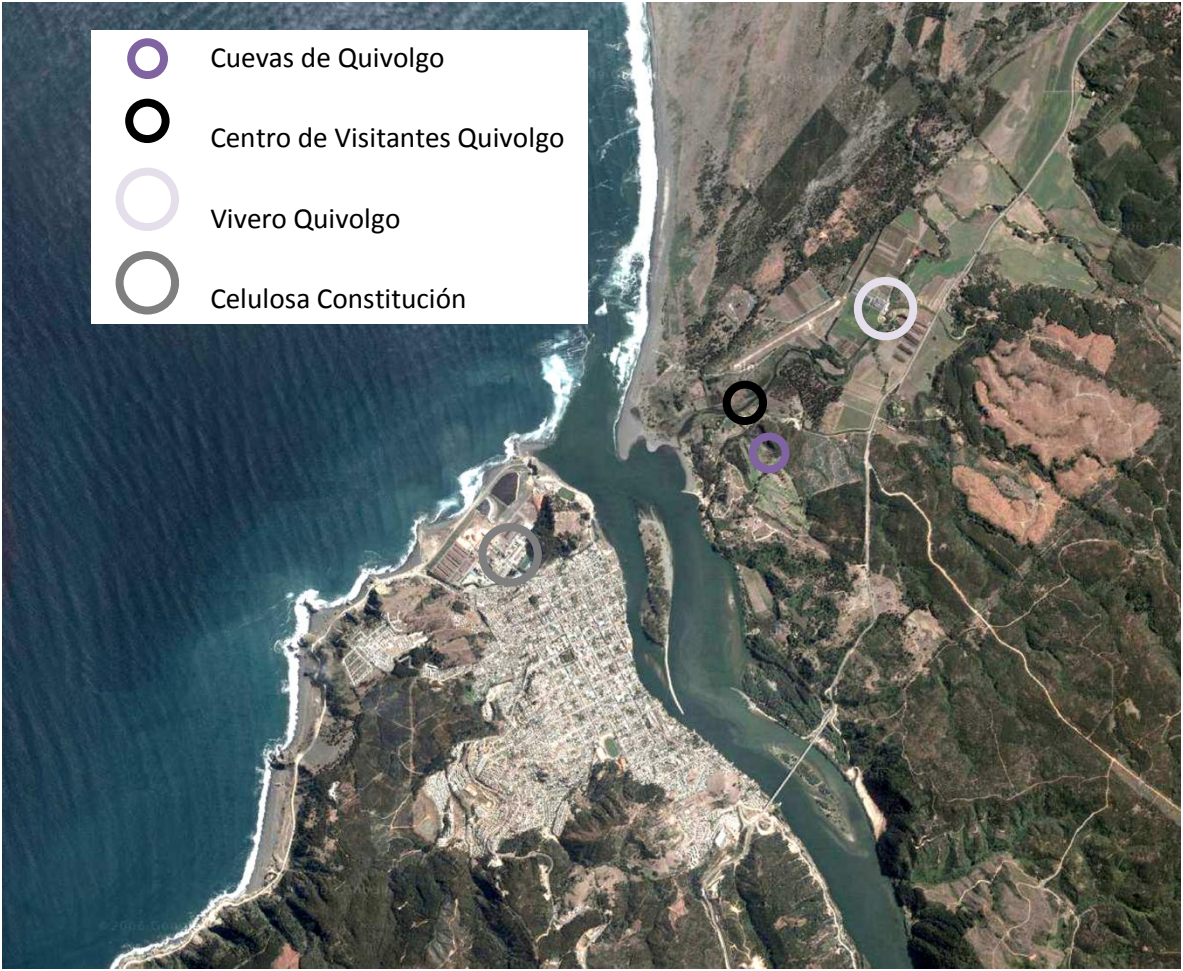


Figura n°4. Mapa satelital Ciudad de Constitución, Región del Maule. Fuente: google earth

2.5. Comportamiento del turista en la Región del Maule

Según la fuente datos INE, el turista en la Región del Maule registra una mayor afluencia en el mes de febrero y la tasa más baja en el mes de mayo. En esta región existen 12 agencias de viaje. Y se registran 139 establecimientos de servicio de restaurantes y otros servicios de alimentos. Existen 179 establecimientos de alojamiento turístico en la Región del Maule.

En la Región del Maule se registran 12.953 pasajeros extranjeros llegados a establecimientos de alojamiento turístico.

En la Región del Maule se registran 26.637 pernoctaciones de pasajeros extranjeros llegados a establecimientos de alojamiento turístico.

Según el estudio “Chile: perfil del turista y comportamiento del turismo interno según macrozonas, temporada diciembre 2006 – marzo 2007” realizado por el servicio nacional de turismo, del departamento de promoción y fomento, en octubre de 2007. Se registran las siguientes preferencias que nos entregan información del comportamiento de los turistas y sus preferencias a la hora de salir de vacaciones. Los datos que inciden con el proyecto La Ruta de la Madera son los siguientes:

- En febrero se registran la mayor cantidad de preferencias para el período vacacional.
- Las recomendaciones de familiares, amigos y otros son las principales causas de destino de los visitantes, luego le sigue tener casa en el lugar y otras por tener cercanía o por el entorno y paisaje.
- Las actividades de playa, visita a lugares típicos y visitas a parques nacionales y reservas se llevan la mayoría de preferencias y la ciudad de Constitución posee playas, lugares típicos y reservas que lo hacen un candidato para este tipo de público.
- Las rutas temáticas y circuitos por la ciudad son también preferencias a la hora de viajar y conocer por las personas. Esto incide claramente en el proyecto, ya que está dentro de la ruta temática.
- Los medios de comunicación que influyen en los visitantes para tomar la decisión de ir a un lugar son recomendaciones de familiares, amigos y otros, también le sigue el factor de conocer con anterioridad el lugar, y el Internet se menciona con una muy baja incidencia de los entrevistados.
- Los medios de transporte que utilizan los públicos o turistas para realizar sus viajes, la mayoría usa su auto propio. El viaje en bus ocupa el segundo lugar.
- Si de alojamiento turístico se trata la principal opción es la casa o departamento de familiar o amigo y también el arriendo de cabañas aparece como segunda opción. El camping aparece como otra alternativa, y los hoteles, hostales y residenciales es en todas las zonas muy reducida.

3. Comunicación Corporativa

Para poder analizar en el trabajo de campo todas las variables se necesita tener definido todos los conceptos que son primordiales para la Ruta de la Madera. Es así como a continuación se presentan diferentes definiciones de la comunicación, identidad e imagen.

3.1. Comunicación

Comunicar es un proceso por el cual dos o más personas transmiten o intercambian conocimientos y/o sentimientos, a partir de una lengua o de algún otro código común. Las dimensiones de la comunicación pueden ser biológicas, psicológicas, sociales y culturales. En el proceso de la comunicación es indispensable que haya un emisor y un receptor, en el cual el emisor envía un mensaje al receptor por medio de un canal con un código específico.

“Definimos a la Comunicación Integrada de Empresa como "la administración de los recursos de comunicación de la organización". El objetivo fundamental de la Comunicación Integrada no es sólo obtener una porción o segmento del mercado en el que trabaja la organización, sino que tiene un cometido más amplio: trata de generar una credibilidad, una confianza, una actitud favorable de los públicos hacia la organización. Es decir, considera a los públicos no solamente como sujetos de consumo, sino fundamentalmente como sujetos de opinión.” (Capriotti, 1992, pág.17)

“Cuando aquí decimos comunicación no nos referimos exclusivamente a los mensajes cuyo objetivo obvio es comunicar, sino a todos aquellos estímulos diversos que actúan como tales en el discurso de la empresa. Estos son tanto los mensajes como los actos y los hechos, e incluimos en ellos todos los que son producidos por la empresa -sea conscientemente o no- y los que provienen de su entorno.” (Costa, 2003, pág. 149-150)

“Este elemento está constituido por el conjunto de mensajes efectivamente emitidos. Consciente o inconscientemente, voluntaria o involuntariamente, toda entidad social, con solo existir y ser perceptible, arroja sobre su entorno un volumen determinado de comunicados.

La comunicación no es una actividad opcional, o específicas de ciertos tipos de entidades, sino una dimensión esencial al funcionamiento de toda forma de organización social. Para decirlo con más contundencia: existiría comunicación institucional aunque no existiera ninguna forma, ni siquiera rudimentaria, de intención comunicativa.” (Chávez, 1999, pág. 24-25)

La comunicación es una herramienta para poder mantenerse vigente en el mercado, y para que el proceso sea eficiente es necesario que se definan dos conceptos que son Identidad e Imagen, los cuales son esenciales para el desarrollo de éste.

3.2. Identidad e Imagen

La identidad es un sistema de comunicación que se incorpora a la estrategia global de la empresa. La identidad se presenta así, en primer lugar, como la unidad de estilo de las comunicaciones corporativas dentro de la diversidad de sus componentes. De hecho, la imagen pública, las que los públicos construyen y retienen en la memoria, es una síntesis de estímulos diversos ligados a la empresa. Esta ligazón es función del sistema de identidad corporativa. (Costa, 2003, pág. 202)

La identidad institucional es el conjunto de atributos asumidos como propios de la institución. Este conjunto de atributos constituye un discurso –el discurso de la identidad– que se desarrolla en el seno de la institución de un modo análogo al de la identidad personal en el individuo. (Chávez, 1999, pág. 24)

La imagen de la empresa no es un concepto abstracto, un hecho inevitable o secundario, ni una moda. Es un instrumento estratégico de primer orden y un valor diferenciador y duradero que se acumula en la memoria social. (Costa, 2003, pág. 60)

La identidad o personalidad de una empresa o en este caso de la Ruta de la Madera, es la que luego creará en el público la imagen que queremos transmitir.

Cuando se tiene una identidad corporativa estable, fuerte y convincente repercute en los públicos, ya que éstos pueden adoptar una imagen clara de la empresa.

3.3. La Marca

“Un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores.”(Fischer y Espejo, 2004, pág. 192)

La marca está compuesta generalmente por el logotipo, isotipo y eslogan, los cuales reflejan la personalidad o identidad de la empresa o producto/servicio que está identificando.

La marca incide en la percepción social de los valores, atributos y mensajes que quiere comunicar la empresa. En el caso de la Ruta de la Madera, la empresa Arauco quiere que destaque su marca por sobre la Ruta, esto se deberá diseñar en base a las características formales de la marca de Arauco.

Uno de los objetivos de la marca es que sea memorable y diferenciadora de los competidores que hay en el mercado y así logre posicionarse como referente para los públicos de manera clara y convincente. Es decir, la marca debe aportar valor a la empresa, en este caso, a la Ruta de la Madera.

3.4. Señalización y Señalética

“<<Señalética>> es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.”(Costa, 1989)

“La señalética nace de la ciencia de la comunicación social o de la información y la semiótica. Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio (environment) y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico considerado en su vertiente más específicamente utilitaria de comunicación visual. La señalética responde a la necesidad de información o de orientación que está provocada, y multiplicada al mismo tiempo, por el fenómeno contemporáneo de la movilidad social y la proliferación de servicios, públicos y privados, que ella genera tanto en el ámbito cívico y cultural como en el comercial: transportes, seguridad, sanidad, circulación, animación cultural, ocio y tantos otros.”(Costa, 1989)

3.4.1. Clasificación de las señales

Las señales se pueden clasificar de acuerdo a su objetivo o a su sistema de sujeción.

De acuerdo a su **objetivo** éstas pueden ser:

Orientadoras: Ayuda a los individuos a ubicarse en un lugar específico, a través de mapas o planos de ubicación.

Informativas: Las señales informativas indican por ejemplo horarios y servicios.

Direccionales: Las señales direccionales permiten indicar la circulación de los individuos en un lugar específico. Por ejemplo pueden ser señales de flechas.

Identificativas: Nos permiten identificar un lugar en el que estamos.

Ornamentales: Son decorativas y le dan un aspecto más estético al espacio y actúa en él identificando.

Reguladores: Estas señales entregan prevención y protección a los usuarios de algún peligro que se presente. Estas se dividen en preventivas, restrictivas y prohibitivas.

De acuerdo a su sistema de **sujeción** o colocación:

Adosada: Pegada generalmente contra un muro.

Autotransporte: Corresponde a la señalética que está enterrada al suelo o sujeta con postes.

De banda: Es cuando está sujeta a 2 postes perpendicularmente.

De bandera: La señal esta adosada al muro o poste perpendicularmente por uno de sus lados.

Colgante: La señal está suspendida en altura.

Estela de identidad: Posee volumen.

Estela directorios: Posee volumen pero entrega información sólo de directorio.

Tijeras: Son de tipo provisional y son dobles, es decir, comunican por sus dos lados.

Rótulo de caja: Es una caja con luz interior.

Pantalla terminal de datos: Posee volumen, es electrónica y a base de rayos catódicos.

Exhibidores reflectores de luz: Son exhibidores electrónicos.

De cristal líquido: Se pueden leer a corta distancia.

De cátodo frío: Son las señales que se conforman por tubos de vidrio en donde contienen gas que según este dan un color en específico.

3.4.2. Elementos gráficos

Al diseñar un sistema de identidad visual, los elementos gráficos son de gran utilidad, estos pueden ser iconos, pictogramas o flechas, al estar creando estas representaciones simbólicas debemos buscar que estas sean de fácil comprensión para el universo de usuarios al que van dirigidas esto se logra equilibrando sus tres dimensiones semióticas de acuerdo a su contexto.

El diseño de la identidad visual debe reunir 3 requisitos básicos (Pibernat i Doménech, 1986, pág. 77):

a) *Funcionales*: relacionados con la eficacia comunicativa de la organización, a nivel de:

- Legibilidad
- Memorización
- Originalidad
- Versatilidad

b) *Semánticos*: debe tener una pertinencia semántica o compatible con las características de la organización, ya sea en cuanto a:

- Atributos particulares de la organización
- Actividades de la organización
- Objetivos y metas de la organización

c) *Formales*: refieren a cuestiones de:

- Compatibilidad entre estilo y contenido
- Cualidades estéticas
- Vigencia estética formal

3.4.2.1. Símbolo

“Es una figura icónica que representa a la organización, que la identifica e individualiza con respecto a las demás.”(Capriotti, 1992, pág.119)

Estos símbolos se van transformando en figuras menos complejas a través del tiempo, favoreciendo así el impacto visual que generan en las personas. Dentro de la clasificación de los símbolos encontramos los pictogramas.

3.4.2.1.1. Pictogramas

Krampen y Aicher se adjudican 155 páginas de su libro *Sistemas de Signos* (Editorial Gustavo Gili, 1981) para desarrollar el análisis más erudito y lucido sobre el tema. Dice Krampen:

“Un idioma consta de palabras habladas cuyo significado está coordinado a los objetos o las circunstancias, y de una gramática. La gramática regular la coordinación de estas palabras, su sucesión para llegar a partir de términos individuales a un mensaje coherente. Un lenguaje de signos también necesita estas dos funciones: los elementos semánticos que sirven para la expresión de una circunstancia y la función semántica. Así aparece un cigarrillo humeante como símbolo de la acción de fumar. Una línea transversal significa prohibición. Estas dos señales, al ser coordinadas sintácticamente, dan como resultado: prohibido fumar. Y más adelante: La comprensión de un mensaje entre los participantes de un proceso de comunicación tiene un lugar cuando el emisor y el receptor emplean un mismo código, o lo que es lo mismo, cuando se asocian idénticos significados a un sistema de señales determinado”.

3.4.2.2. Flechas

Las flechas son, sin duda, elementos muy determinantes en la composición de una señal o un directorio, dado que muestran la dirección a seguir hacia el lugar indicado. Son imprescindibles junto a la parte tipográfica o pictogramas en cualquier señal de tipo direccional.

3.4.3. Aspectos físicos y ergonómicos

“La Ergonomía es una disciplina que pone las necesidades y capacidades humanas como el foco del diseño de sistemas tecnológicos. Su propósito es asegurar que los humanos y la tecnología trabajen en completa armonía, cuidando que los equipos, productos, señales y tareas diseñados de acuerdo con las características humanas.

Podemos definir ergonomía para diseño como la disciplina que estudia las relaciones que se establecen recíprocamente entre el usuario y los objetos de uso al desempeñar una actividad cualquiera en un entorno definido.

Debemos enfatizar que las relaciones se dan por medio del uso del objeto. Partiendo de esta premisa podemos decir que ergonomía estudia el uso que el hombre hace de los objetos y los espacios.”(Quintana, 2007)

“Para conseguir una buena señalización, que arroje resultados efectivos, ha de lograrse, además de ofrecer símbolos gráficos acertados, una correcta ubicación de las señales. La situación de cualquier soporte de señalización (valla, cartel, etc.) será tanto más acertada cuanto más ajustada se encuentre dentro del ángulo de visión humana, siendo útil evitar una desviación superior al 10% de dicho ángulo. Esta fórmula incide especialmente en la altura de colocación.

Según la distancia que haya de ser vista la señal deben virar tanto las medidas de sus elementos como la altura a la que aquella se situé, teniendo en cuenta que las proporciones del ángulo de visión se hacen más amplias a medida que aumenta la distancia entre la persona y la señal que visiona, como puede comprobarse en los diagramas que muestran en el aparato de Leibilidad y Legibilidad.” (Quintana, 2007)

“La altura promedio del nivel del ojo o nivel visual medio desde el suelo de una persona de pie es de aproximadamente de 1.60 mt promedio.

Mientras está sentado es aproximadamente 1.30 mt y al manejar un vehículo es de aproximadamente de 1.40 m, el nivel visual de un conductor de un camión es mucho más alto que el del automovilista y muy variable por lo que deberá ser considerado especialmente cuando el proyecto lo requiera.”(Quintana, 2007)

“La aglutinación de mensajes conspira contra la percepción de las señales, que se erosionan atacándose entre si, por lo que cada estímulo debe estar dotado de un área visual de exclusión. El semáforo es una señal. El buzón es una señal. Cada señal requiere un espacio propio para actuar con eficiencia en el contexto total. La fortaleza de la señal no está sola en su imagen sino – además – en el territorio que gobierna.” (Quintana, 2007)

“Existen algunos factores que afectan la percepción de la señalización y están relacionados con el medio ambiente en que esta se sitúa, las más importantes tienen que ver tanto con la calidad como con la intensidad de la luz ambiental que cae sobre la señal, las obstrucciones visuales entre el observador, la señal y el ambiente visual detrás o alrededor de las señales. En muchos de los casos, estos factores se encuentran fuera del control del diseñador y este deberá tomarlos en consideración al realizar su proyecto, existen objetos relacionados con el diseño que pueden ayudar a controlar los factores ambientales; la iluminación artificial, la localización de las señales y los elementos gráficos pueden ayudar.” (Quintana, 2007)

3.4.4. Tipografía y color

“La palabra escrita, gracias a la tipografía, ha adquirido una nueva dimensión signica que todo diseñador grafico debería explorar a través del conocimiento de los rasgos formales de la tipografía y de la composición tipográfica, rasgos con cargas semánticas más o menos convencionales para nuestro contexto. A continuación se presenta un breve recorrido por las variables visuales que pueden ayudarnos a connotar diversos significados.

Familias tipográficas. Existen diversas clasificaciones tipográficas que agrupan a las fuentes por su similitud formal de trazo o de terminales, estas son familias, por ejemplo, las familias de las helvéticas, de las futuras, etc. Pero de manera general podemos agrupar

todas las fuentes en cuatro grande grupos: serif o con patines, sans serif o sin patines, caligráficas y de fantasía.

Forma. Por su forma, toda la tipografía se puede presentar en altas o bajas, es decir mayúsculas o minúsculas. Generalmente se piensa que en señalización y señalética se ve o se lee mejor si está escrito con altas, lo cual no siempre es cierto, debemos tomar en cuenta la fuente que usando y bocetar para llegar a una conclusión óptima.

Inclinación. Si trazamos una línea imaginaria sobre el eje de la tipografía encontraremos dos variables, la redonda, cuyo eje vertical es perpendicular a la línea de base, y la cursiva o itálica, cuyo eje vertical se encuentra aproximadamente inclinado 13° en relación al eje perpendicular a la línea de base.

Peso. Otra de las variables visuales de la tipografía se refiere al peso o al ancho de trazo, donde encontramos tres formas básicas: fina o light, mediana o regular y negra o bold.

Ancho. El ancho de una tipografía consiste en la longitud horizontal que puede presentar cada letra de todo el alfabeto. Los tres anchos fundamentales que presenta la tipografía son la condensada, la normal y la extendida.

Color. A través del color podemos denotar o expresar diversos contenidos o significados. No es lo mismo una señal con letra roja que con letra de cualquier otro color, cada color adquiere significado distinto de acuerdo con su referente y contexto en el que se encuentre.

Superficie. La superficie se refiere al tratamiento de la misma, por ejemplo, outline, solida o con textura. Existe una serie de variables visuales que no son propias de los caracteres pero que pueden adoptar en una composición tipográfica, por ejemplo, el tamaño, la ubicación en el plano, el espaciamiento entre caracteres, la alteración en el interlineado, la alineación, etc.”(Quintana, 2007)

“Legibilidad es el contraste de la tipografía con los demás elementos del contexto. La legibilidad depende también de la longitud de la línea de texto, las líneas largas son difíciles de leer. Conviene también evitar columnas muy cortas, pues con una longitud de la línea pequeña se producen cortes poco adecuados en las palabras. Cuando el interlineado es muy pequeño, la vista tiende a saltarse reglones.

“Estudios de la distancia indican que una persona con visión de 20/20 a la luz del día puede leer tipografía de 2,5 cm a una distancia de 15 mt. Sin embargo, para señalización tendremos que hacer los ajustes necesarios para abarcar a un mayor número de observadores.”(Quintana, 2007)

“Para que un sistema de señalización funcione y sea claramente entendible, el criterio que se deberá usar en la redacción deberá incluir los siguientes puntos:

1. La redacción deberá ser concisa
2. Los nombres de los lugares a señalar deberán ser los más cortos posibles, para que sean leídos rápidamente
3. Las leyendas deberán tener el mismo significado para todos los usuarios
4. Deberá de usarse un lenguaje sencillo y que no cause confusión visual

Hay que evitar dentro de lo posible las abreviaturas. En caso de usarlas estas no deberán causar confusión y solo usar una dentro de la leyenda.”(Quintana, 2007)

“Las personas varían notablemente en su habilidad para reconocer y recordar los colores probablemente 6 colores sin incluir el blanco y el negro (rojo, amarillo, azul, verde, naranja, etc.) pueden ser fácilmente distinguidos y recordados, fuera de estas limitaciones, el color en la señalización puede ser utilizado como un elemento de identificación secundario o como un código.

El color puede evocar diferentes estados de ánimo, esta característica es ampliamente utilizada en elementos gráficos aplicados a paredes, diseño de interiores e iluminación.

Algunos colores pueden ser agentes reforzadores en señalización el observado ha sido condicionado a asociar el rojo con peligro, o emergencia por si experiencia con fuego, señales, semáforos. De igual manera respondemos al amarillo como un color de precaución de alerta. Los colores complementarios (verde-rojo), (violeta-amarillo), (naranja-azul) producen al combinarse ciertos fenómenos en el op-art, sin embargo pueden presentarse problemas al usarse en señalización ya que pueden generar vibraciones ópticas.”(Quintana, 2007)

“Los colores cálidos comprenden la gama del rojo, naranja y amarillo y los fríos están constituidos por el verde, azul y violeta. Además de su calidad de temperatura, los colores cálidos tiene como característica que parecen adelantarse y estar más cerca del observador y los fríos parecen alejarse y estar más lejos del observador. Los cálidos se consideran positivos y den una impresión en los objetos de mayor volumen y peso al contrario de los fríos que dan efecto de reducción y ligereza.”(Quintana, 2007)

“Cuando en un sistema de señales se incluyen textos, debemos de cuidar que la tipografía que se esta utilizando sea adecuada a las necesidades del proyecto para la adecuada percepción del mensaje por parte de los usuarios, debemos cuidar la legibilidad, la leibilidad e incluso la redacción de los textos.

De igual manera el uso del color es sumamente importante ya que es otra de las herramientas que tenemos en la emisión de mensajes y debemos de cuidar que no se contraponga al mensaje principal y que no afecte la legibilidad del mensaje.”(Quintana, 2007)

3.4.5. Materiales y sistemas de sujeción

“Cuando se esta proyectando un sistema de señales es importante tomar en cuenta el sustrato en el que serán producidas las señales. Para poder decidir adecuadamente el sustrato en el que produciremos e sistema es necesario conocer las características del mismo, cuales ons las ventajas y desventajas que ofrece y su durabilidad y resistencia dependiendo de las condiciones climáticas y de iluminación a las que será sometido.”(Quintana, 2007)

Existe una gran cantidad de materiales como por ejemplo: madera, una variedad de plásticos, metales, cerámica, vidrios, etc. Según las condiciones en las que se deba ubicar la señal, estas materialidades de pueden combinar para así hacerla más duradera en el tiempo.

“Los medios de sujeción son aquellos que nos ayudan a sujetar la señal contemplando si la señalización será de manera permanente o temporal. Para decidir que medio de sujeción es el adecuado debemos tomar en cuenta:

- La forma de la señal.
- Fuerza necesaria para mantener unidas las piezas.
- Material con el que se integran las piezas.

Según su duración el tiempo y el espacio hay uniones:

- Desmontables
- Limitadamente desmontables/tornillos, pegamentos y tuercas/
- No desmontable/soldadura”(Quintana, 2007)

Es importante saber que medios encontramos para el sistema de sujeción y que sea el más apropiado para el material que se está usando y así que tenga una mayor durabilidad en el tiempo.

Existen los siguientes tipos de sujeción:

- Adosada
- De bandera
- De banda
- Autosoportante

IV. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de la investigación persigue producir datos e información para elaborar un diagnóstico de la Identidad Visual del Sistema de Señalización de la Ruta de la Madera, desde los marcos referenciales analizados y adoptados; para posteriormente proponer los lineamientos necesarios para una futura propuesta de diseño de la Identidad Visual y el Sistema de Señalización de “La Ruta de la Madera”.

4.1. Análisis

La estructura de procedimientos implementada para realizar el análisis de los datos producidos en el trabajo de campo involucró tres momentos de desarrollo progresivo y acumulativo: a) Codificación de los datos, b) Construcción de las bases de datos y c) Análisis de los datos propiamente tal.

4.1.1. Codificación de los datos.

Este proceso consistió básicamente en tabular las respuestas emitidas por los entrevistados en el caso de los instrumentos del cuestionario y entrevista; en el caso de los instrumentos hechos por medio de matrices, se tabularon los resultados por la estructura de cada matriz.

4.1.2. Construcción de las bases de datos.

Las bases de datos diseñadas se construyeron en tablas. La primera base de datos construida organizó las respuestas del cuestionario y entrevista en función de las asociaciones de variables: Comunicación, Identidad y Elementos operacionales. Luego se hizo una segunda base de datos con las variables que corresponden al estudio de la Comunicación Corporativa de cada instalación de la Ruta de la Madera, y para finalizar se hizo una tercera base de datos con los resultados del instrumento Matriz de Fichas Señaléticas en las cuales las variables estudiadas estructuran la base en una tabulación.

4.1.3. Análisis de los datos.

El análisis de los datos contempló un procedimiento descriptivo que consideró la frecuencia registrada en cada una de las variables consideradas en el estudio.

A continuación se presentan cuadros con los análisis estructurados por la variable estudiada con su relativa respuesta, la cual puede ser Sí, No y/o algún comentario.

4.2. Cuadro de Análisis Entrevista

Variable	Respuesta	
	Sí	No
Comunicación Corporativa		
Es necesaria una identidad propia para “La Ruta de la Madera”	<input type="radio"/>	
Es más importante destacar la imagen visual de la empresa Arauco por sobre la de “La Ruta de la Madera”	<input type="radio"/>	
La empresa Arauco tiene definida una estrategia de comunicación corporativa	<input type="radio"/>	
La empresa en su estrategia de comunicación corporativa tiene definido los públicos de “La Ruta de la Madera”	<input type="radio"/>	
La empresa tiene definido el plan de medios de comunicación para “La Ruta de la Madera”	<input type="radio"/>	
La empresa considera la elaboración de soportes y medios de comunicación para la promoción de “La Ruta de la Madera”	<input type="radio"/>	

Cuadro n°1. Cuadro de análisis de entrevista. Elaboración Propia

Variable	Situación detectada
Elementos Operacionales	Respuesta
Medios de transporte	En verano se dispone de un bus gratuito desde la plaza de Armas de Constitución, durante el año los visitantes llegan por sus propios medios.
Capacidad máxima de personas para realizar “La Ruta de la Madera” eficazmente	Treinta personas en la sala de reuniones donde se hace una charla introducción sobre el recorrido, lo ideal es dividir el grupo en 2 para guiar a no más de 15 personas a la vez, mientras algunos recorren el centro el otro grupo recorre las cuevas.
Circuitos	<ul style="list-style-type: none"> a. Centro de visitantes y cuevas de Quivolgo b. Centro de visitantes y cuevas de Quivolgo + vivero Quivolgo c. Centro de visitantes y cuevas de Quivolgo + vivero Quivolgo + planta de celulosa constitución y/o Licancel.
Tiempos de Recorridos	<ul style="list-style-type: none"> a. 1 hora, según sea el caso incluye refrigerio b. 2 horas, según sea el caso incluye almuerzo c. 3 horas, según sea el caso incluye almuerzo + refrigerio
Protocolo para cada público	No registra.
Recurso Humano	Está aún en desarrollo este tema, en la actualidad por parte de Forestal Celco (propietario del centro, las cuevas y el vivero Quivolgo) está disponible un guía para el centro y las cuevas y otra para el vivero. Por parte de las plantas de celulosa, según el público se dispone de un profesional. Por parte de Asuntos Públicos, se cuenta con una persona que coordina logística y las solicitudes de visitas.

Cuadro n°2. Cuadro de análisis de entrevista. Elaboración Propia

		Públicos			
		Escolares de Enseñanza Básica y Media	Universitarios de tercer año en adelante	JJVV; org.sociales y/o productivas de Constitución y/o Licantén	Autoridades
Instalaciones	Centro de Visitantes Quivolgo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Cuevas de Quivolgo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Vivero de Quivolgo		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Planta de Celulosa Constitución		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Alimentación	Refrigerio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
	Almuerzo		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cuadro n°3. Relación Públicos con Instalaciones. Elaboración propia

Hay que tener en consideración que la empresa tiene definidos sus públicos los cuales son: escolares de enseñanza básica y media, universitarios de tercer año en adelante, Juntas vecinales, organizaciones sociales y/o productivas de Constitución y/o Licantén; y autoridades. Cabe destacar que se necesita de un protocolo que se desarrolle de acuerdo al público que visite la Ruta de la Madera.

De acuerdo al tipo de público se conforman las diferentes variaciones del circuito para la ruta de la madera, ya que no todas las instalaciones son adecuadas para todo tipo de público por motivos de seguridad.

4.3. Cuadro de Análisis Cuestionario

Variable	Respuesta	
	Sí	No
Identidad Corporativa		
La ruta de la madera tiene definida su identidad corporativa		<input type="radio"/>
La ruta de la madera tiene un programa de identidad corporativa		<input type="radio"/>
Es necesario diseñar un programa de identidad corporativa para La ruta de la madera	<input type="radio"/>	
La empresa está consciente de la utilidad de un programa de identidad corporativa	<input type="radio"/>	
Objetivos a comunicar en el programa de identidad corporativa	<p>Acercar la empresa a nuestras comunidades vecinas a nuestras instalaciones.</p> <p>Dar a conocer el ciclo forestal de Arauco a nuestros grupos de interés de Constitución y Licantén principalmente.</p> <p>Posicionar la marca Arauco como la empresa que contiene a las Plantas de Celulosa de Constitución y Licancel y Forestal Celco.</p> <p>Implementar en el centro y las cuevas Quivolgo el Programa de Educación Ambiental de Arauco, en desarrollo en estos momentos.</p>	

Cuadro n°4. Cuadro de análisis cuestionario. Elaboración Propia

Variable	Respuesta		
	Sí	No	Comentario
Comunicación Corporativa			
La ruta de la madera tiene definida una estrategia de comunicación		<input type="radio"/>	
En la estrategia de comunicación corporativa de La ruta de la madera se define qué se comunica	<input type="radio"/>		Ciclo forestal de Arauco en la región
En la estrategia de comunicación corporativa de La ruta de la madera se define cuando se comunica	<input type="radio"/>		Todo el año, en función a disponibilidad de recepción de visitas
En la estrategia de comunicación corporativa de La ruta de la madera se define a través de que canales	<input type="radio"/>		Invitaciones formales a los grupos de interés a visitarnos, la idea es ordenar las solicitudes de visitas en un programa calendarizado y priorizado según nuestro interés
En la estrategia de comunicación corporativa de La ruta de la madera define medios y soportes	<input type="radio"/>		Mail, cartas, prensa, TV local en verano, página web, transporte, Posters y Fotografías en los puntos de difusión, catálogos y volantes.
La ruta de la madera tiene definido los públicos	<input type="radio"/>		Escolares y docentes de enseñanza básica, media y superior; JJVV; otras organizaciones sociales y/o productivas de Constitución y/o Licantén
Existe un protocolo para cada tipo de público		<input type="radio"/>	Está en desarrollo por encargada de extensión
La empresa en su mapa de públicos reconoce a líderes influyentes	<input type="radio"/>		Autoridades locales/ regionales y dirigentes de base
La empresa en su mapa de públicos reconoce a públicos jerarquizados	<input type="radio"/>		Escolares, docentes, JJVV, organizaciones sociales y/o productivas
La empresa en su mapa de públicos reconoce a Clientes		<input type="radio"/>	

Cuadro n°5. Cuadro de análisis cuestionario. Elaboración Propia

Variable	Respuesta		
	Sí	No	Comentario
Comunicación Corporativa			
La empresa en su mapa de públicos reconoce a Proveedores		<input type="radio"/>	
La empresa en su mapa de públicos reconoce a Financistas		<input type="radio"/>	
La empresa en su mapa de públicos reconoce a trabajadores empleados	<input type="radio"/>		Familias de trabajadores y colaboradores
La empresa en su mapa de públicos reconoce a Otros	<input type="radio"/>		Turistas en general
Existe un plan de medios de comunicación para La ruta de la madera		<input type="radio"/>	Jefe de comunicaciones debiera realizar y/o coordinar uno.
Quién diseña y está a cargo del plan de medios	Gerencia de marketing; diseño(interno o externo);Subgerencia de Asuntos Públicos del Maule		

Cuadro n°6. Cuadro de análisis cuestionario. Elaboración Propia

4.4. Cuadro de Análisis de la Matriz de Instalaciones de la Ruta de la Madera

	Instalaciones			
Variable estudiada	Centro de Visitantes Quivolgo	Cuevas de Quivolgo	Vivero Quivolgo	Celulosa Constitución
Comunicación Corporativa				
Identidad	<p>Tipología funcional es social-cultural.</p> <p>La personalidad proyecta tranquilidad que acoge al visitante otorgado por los materiales.</p> <p>No proyecta una imagen de marca.</p>	<p>Tipología funcional es social-cultural.</p> <p>Personalidad aventurera que invita al visitante a descubrir por medio de la estructura de las pasarelas y miradores.</p> <p>No proyecta la imagen de marca.</p>	<p>Tipología funcional es agroindustrial.</p> <p>La personalidad proyecta tranquilidad que acoge al visitante gracias a los colores naturales del entorno.</p> <p>No proyecta una imagen de marca.</p>	<p>Tipología funcional es industrial.</p> <p>Personalidad dinámica que cautiva al visitante otorgado por los flujos de trabajadores y maquinarias, además de los sonidos de la industria.</p> <p>Proyecta la imagen de la marca Arauco.</p>
Plano y territorio	La zona en la que se emplaza es en un entorno natural	La zona en la que se emplaza es en un entorno natural	La zona en la que se emplaza es en un entorno natural	La zona en la que se emplaza es en un entorno urbano.

Cuadro n°7. Cuadro análisis matriz de instalaciones. Elaboración Propia

Instalaciones				
Variable estudiada	Centro de Visitantes Quivolgo	Cuevas de Quivolgo	Vivero Quivolgo	Celulosa Constitución
Comunicación Corporativa				
Flujos y Puntos Claves	<p>Estacionamiento con capacidad adecuada para la cantidad de público.</p> <p>La información la entrega un guía que los instruye en el ciclo forestal, historia de la ciudad de constitución y el proceso de la celulosa.</p> <p>Entradas/Salidas no poseen una señalética que comunique la imagen de la empresa.</p> <p>Afluencia y movimientos de público están regulados por el diseño del recorrido, ya sea en el interior del centro como en el exterior o arboretum.</p> <p>Uno de los problemas es la mala ubicación de señalética identificativa, y otro problema es la plataforma en el interior que puede generar un accidente por la afluencia del público.</p>	<p>Estacionamiento con capacidad adecuada para la cantidad de público. Es el mismo estacionamiento del centro de visitantes.</p> <p>La información la entrega un guía, el mismo del centro de visitantes, que les enseña de la historia de los primeros habitantes que vivieron en la zona.</p> <p>La entrada/salida posee una señal improvisada ubicada sólo en la puerta de acceso al recinto.</p> <p>Afluencia y movimientos de público están regulados por el diseño del recorrido en las pasarelas y miradores.</p> <p>Problema es la no implementación de un sistema de señalización que permita como mínimo, identificar las cuevas y prevenir accidentes.</p>	<p>Estacionamiento con capacidad adecuada para la cantidad de público.</p> <p>La información la entrega un guía con conocimientos en biología que los instruye en el proceso de desarrollo que tiene el pino o eucalipto y la tecnología que se usa para esto.</p> <p>Entradas/Salidas poseen escasa señalética de la empresa y nula sobre la ruta de la madera.</p> <p>Afluencia y movimientos de público están regulados por el guía quien planifica el recorrido de acuerdo a las etapas de desarrollo.</p> <p>Un problema puede ser la escasa señalética que identifica a Arauco y la nula señalética sobre la ruta de la madera.</p>	<p>Estacionamiento con capacidad adecuada para la cantidad de público.</p> <p>La información la entrega un guía, generalmente un administrativo de la celulosa con conocimientos del proceso de fabricación de esta.</p> <p>En la entrada/salida de la planta existe señalética que comunica la imagen de la empresa.</p> <p>Afluencia y movimientos de público están regulados por normas de seguridad internas.</p> <p>Como problema se puede apreciar nula señalización sobre la ruta de la madera.</p>

Cuadro n°8. Cuadro análisis matriz de instalaciones. Elaboración Propia

Instalaciones				
Variable estudiada	Centro de Visitantes Quivolgo	Cuevas de Quivolgo	Vivero Quivolgo	Celulosa Constitución
Comunicación Corporativa				
Condicionantes Arquitectónicas	<p>La iluminación es artificial. Doble altura de techos para un altillo.</p> <p>Los recorridos inevitables están marcados por elementos que producen un efecto visual de recorrido en el centro. En el exterior piedras y en el interior una plataforma en altura.</p>	<p>Por ser un recorrido al aire libre las condiciones de iluminación son las adecuadas para efectuar el circuito.</p> <p>Los recorridos inevitables lo conforman todas las pasarelas conectoras de cada cueva.</p>	<p>Por ser un recorrido al aire libre las condiciones de iluminación son las adecuadas para efectuar el circuito.</p> <p>Los únicos recorridos inevitables son los que se estructuran mediante las instalaciones del propio vivero.</p>	<p>La iluminación es artificial dentro de la sala multimedia. La altura de los techos es de 2.5 mts.</p> <p>Los recorridos inevitables están marcados por líneas de seguridad pintadas en el pavimento.</p>
Condicionantes Ambientales	<p>Colores: verde, café, rojo y amarillo.</p> <p>Las texturas lisas y rugosas.</p> <p>Materiales nobles como madera, piedra, ladrillos y vidrio.</p> <p>La ambientación posee un estilo rústico con ladrillos a la vista.</p> <p>Decoración y mobiliario está basado en materiales nobles y a modo de museo.</p> <p>Iluminación artificial en el interior y natural en el exterior.</p>	<p>Colores: Verde, café y gris.</p> <p>Texturas rugosas y lisas.</p> <p>Material usado es la madera y para sujeción el metal.</p> <p>Posee una ambientación rústica por el uso de los materiales en la estructura.</p> <p>No existe una decoración ni mobiliario.</p> <p>Iluminación natural. No posee artificial.</p>	<p>Colores: verde, café y blanco.</p> <p>Las texturas lisas y rugosas.</p> <p>Materiales: madera, metales y plásticos.</p> <p>La ambientación es rústica por tener listones de madera como revestimiento del interior del comedor, el cual no tiene una decoración. El mobiliario es básico, con mesas y sillas de madera.</p> <p>Iluminación artificial en el interior y natural en el exterior</p>	<p>Colores: verde, café, gris, amarillo y rojo.</p> <p>Las texturas lisas y rugosas.</p> <p>Materiales: madera y metal.</p> <p>La ambientación posee un estilo rústico con listones de madera a la vista.</p> <p>Decoración y mobiliario está basado en materiales nobles y a modo de sala de clases.</p> <p>Iluminación artificial.</p>

Cuadro n°9. Cuadro análisis matriz de instalaciones. Elaboración Propia

4.5. Cuadro de Análisis de la Matriz de Fichas Señaléticas

Variable estudiada	Fichas Señaléticas		
	Ficha 1	Ficha 2	Ficha 3
Tipología	Según objetivo es de identificación; según la sujeción es de banda.	Según objetivo es de identificación; según la sujeción es autotransporte.	Según objetivo es de informativa; según la sujeción es autotransporte.
Módulo Compositivo	Rectángulo horizontal curvado en sus vértices. Isotipo antiguo.	Rectángulo horizontal curvado en sus vértices. Texto centrado.	Rectángulo horizontal que enmarca al texto centrado. Es mucha información y dificulta la legibilidad.
Tipografía	Sans serif; fuente posible franklin gothic medium condensed. Uso de altas.	Sans serif, fuente posible arial. Uso de altas y bajas.	Sans serif, fuente posible arial. El tamaño satura el espacio y contrasta. Uso de altas.
Pictogramas	No posee	No posee	No posee
Código Cromático	Fondo amarillo, texto negro, isotipo verde no actualizado al de la empresa.	Fondo blanco y texto verde.	Fondo blanco, texto e isotipo verde.
Materialidad	Madera; fijaciones de metal. Malas condiciones por falta de mantenimiento.	Madera; fijaciones de metal.	Madera; fijaciones de metal.
Ergonomía Visual	Iluminación natural y el color es el adecuado para una correcta visualidad.	El color del texto no llama la atención por estar a una altura casi a ras del suelo rodeado con verde del césped.	Se ha dispuesto en un lugar poco acertado para que sea legible, ya que hay que pisar una cerca y elevarse para leer la información.

Cuadro n°10. Cuadro análisis matriz fichas señaléticas. Elaboración Propia

Fichas Señaléticas				
Variable estudiada	Ficha 4	Ficha 5	Ficha 6	Ficha 7
Tipología	Según objetivo es reguladora (prohibición y restricción); según la sujeción es de banda.	Según objetivo es reguladora restrictiva; según la sujeción es autotransporte.	Según objetivo es ornamental (identificadora); según la sujeción es estela de identidad.	Según objetivo es de identificación; según la sujeción es autotransporte.
Módulo Compositivo	Rectángulo vertical que enmarca al texto. El texto principal centrado y ubicado en la parte superior; texto secundario de menor tamaño alineado a la izquierda.	Rectángulo horizontal. Texto centrado.	Texto centrado dentro de la pared que tiene forma rectangular horizontal.	Rectangular horizontal. La distribución de los elementos están divididos en 2 columnas y éstas correlativas unas de otras, con alineación izquierda.
Tipografía	Sans serif, fuente posible arial. El tamaño satura el espacio y contrasta. Uso de altas.	Posible fuente Arial bold. Uso de altas.	Posible tipografía creada para ese caso en particular. Texto proporcional al soporte. Uso de altas.	Posible fuente Arial Bold; el tamaño esta proporcional al soporte. Utiliza altas y bajas para el texto.
Pictogramas	No posee	No posee	No posee	No posee
Código Cromático	Fondo blanco, texto verde.	Fondo blanco y texto negro. En prohibición se uso fondo rojo con letras blancas.	Fondo rojo y texto gris por el aluminio.	Fondo blanco, texto negro.
Materialidad	Madera; fijaciones de metal.	Madera; fijaciones de metal.	Aluminio con fijaciones a la pared de ladrillo.	Acrílico blanco, madera y fijaciones de metal. Metal corroído por condiciones ambientales.
Ergonomía Visual	Está ubicada en el ángulo de elevación por lo que facilita la lectura.	Posición a la altura de los ojos lo que permite una eficiente ergonomía visual.	Al ser la pared el soporte, el mensaje es grande siendo legible para el lector.	La señalética está a ras de la planta y las hojas y ramas pueden perjudicar la lectura.

Cuadro n°11. Cuadro análisis matriz fichas señaléticas. Elaboración Propia

V. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

A continuación se presenta un cuadro de síntesis con los principales hallazgos del trabajo de campo que se realizó a partir de la aplicación de la metodología e instrumentos.

El cuadro se estructura en tres columnas, la primera identifica la variable estudiada; la segunda, la situación detectada y en la tercera columna, las incidencias más significativas a respecto a la hipótesis y los objetivos del estudio.

5.1. Cuadro de resultados entrevista y cuestionario.

Variable Estudiada	Situación Detectada	Incidencias
Identidad Corporativa	<p>La ruta de la madera no tiene definida un programa de identidad, así como también su identidad visual.</p> <p>La empresa considera que es necesaria una identidad propia para “La Ruta de la Madera” aunque es más importante destacar la imagen visual de la empresa Arauco por sobre la de “La Ruta de la Madera”.</p> <p>La empresa está consciente de la utilidad de un programa de identidad para la Ruta de la Madera.</p>	<p>Esto puede incidir en la imagen de la empresa, ya que es ésta la que debe comunicar sus atributos a la comunidad a través de este proyecto para lograr sus objetivos.</p> <p>El hecho de que la empresa quiere destacar su imagen por sobre la Ruta de la Madera, incide en los lineamientos del sistema de señalización, ya que éstos deberán dar énfasis en las connotaciones distintivas de la identidad corporativa de Arauco.</p>
Estrategia Comunicación Corporativa	<p>La Ruta de la Madera tiene definida una estrategia de comunicación la cual tiene como objetivo comunicar el Ciclo Forestal de Arauco en la región durante todo el año, en función a su disponibilidad de recepción de visitas.</p> <p>Arauco ordena las solicitudes de visitas en un programa calendarizado y prioriza según el interés de la empresa.</p>	<p>Incidencia en la selección de públicos.</p> <p>Los canales de comunicación se caracterizan por ser invitaciones formales a los públicos.</p>
Segmentación de Públicos	<p>La empresa en su estrategia de comunicación corporativa tiene definido los públicos de “La Ruta de la Madera”. Estos son: Escolares y docentes de enseñanza básica, media y superior; JJVV; otras organizaciones sociales y/o productivas de Constitución y/o Licantén.</p>	<p>Al segmentar los públicos, puede incidir en la creación de un protocolo para la atención de cada uno de ellos.</p>

Cuadro n°12. Cuadro resultados entrevista y cuestionario. Elaboración Propia

Variable Estudiada	Situación Detectada	Incidencias
Mapa de Públicos	<p>La ruta de la madera en su mapa de públicos reconoce a líderes influyentes como a autoridades locales, regionales y dirigentes de base. Además reconoce a públicos jerarquizados los cuales son: Escolares, docentes, JJVV, organizaciones sociales y/o productivas.</p> <p>También reconoce a familias de trabajadores, colaboradores y por supuesto turistas.</p> <p>No se reconoce en su mapa de públicos a clientes, ni a proveedores, ni a financistas.</p>	Esto incide en la selección de canales y las formas de comunicación a los diferentes públicos.
Plan de Medios	Existe un plan de medios de comunicación para La ruta de la madera.	Este hecho puede incidir en la afluencia de públicos, ya que se está dando a conocer a la comunidad.
Responsable Plan de Medios	Quién diseña y está a cargo del plan de medios es Gerencia de marketing; diseño (interno o externo); Subgerencia de Asuntos Públicos del Maule.	Al tener varios responsables por un plan de medios incide en que no se logre con rapidez una planificación y ejecución de éste.

Cuadro n°13. Cuadro resultados entrevista y cuestionario. Elaboración Propia

5.2. Cuadro de resultados Matriz de Instalaciones de la Ruta de la Madera.

Variable Estudiada	Situación Detectada	Incidencias
Identidad	<p>El 50% de las instalaciones posee una tipología funcional sociocultural. El 25% posee una tipología agroindustrial y el otro 25% una tipología industrial. (Considerando que son 4 las instalaciones que se recorren)</p> <p>El 50% de las instalaciones tiene una personalidad que proyecta tranquilidad.</p> <p>El 75% no proyecta una imagen de marca. Sólo el 25% proyecta la imagen de marca de la empresa Arauco.</p> <p>El 100% no proyecta una imagen de “La Ruta de la Madera”.</p>	Al poseer 4 instalaciones diferentes y ubicadas geográficamente separadas incide en la unificación de la imagen e identidad de la Ruta de la Madera y de la empresa.
Plano y territorio	El 75% de las instalaciones está situado en un entorno natural. El 25% restante está en una zona urbana.	La incidencia se verá reflejada en el diseño del sistema de señalización para la Ruta de la Madera, ya que el programa deberá adecuarse al entorno.

Cuadro n°14. Cuadro de resultados Matriz de Instalaciones. Elaboración Propia

Variable Estudiada	Situación Detectada	Incidencias
Flujos y Puntos Claves	<p>El 100% de las instalaciones posee un estacionamiento con la capacidad adecuada para los visitantes.</p> <p>El 100% de las instalaciones posee un guía que entrega la información necesaria para el recorrido de éstas.</p> <p>En las entradas/salidas sólo el 25% posee de señalética que proyecta la imagen de la empresa.</p> <p>El 100% de las instalaciones están reguladas con respecto a la afluencia y movimientos de público.</p> <p>El 100% constata un problema con respecto a la señalización.</p>	<p>Al tener servicios adecuados y una regulación de la afluencia y movimientos de los públicos, la incidencia se verá reflejada en la calidad del servicio ofrecido en la Ruta de la Madera.</p> <p>La constatación de problemas con la señalética va a incidir en la planificación del nuevo sistema de señalización, teniendo en cuenta los problemas ya existentes para que no se repitan y puedan proyectar eficientemente la imagen de la empresa y de la Ruta de la Madera.</p>
Condicionantes Arquitectónicas	<p>El 50% de las instalaciones por estar al exterior presentan una iluminación natural adecuada para el recorrido.</p> <p>El otro 50% de las instalaciones es al interior por lo que presentan iluminación artificial adecuada.</p> <p>El 100% de las instalaciones posee recorridos inevitables.</p> <p>El 50% de los recorridos inevitables corresponden a efectos visuales creados gráficamente. El otro 50% corresponde a una composición estructural.</p>	<p>Las condicionantes arquitectónicas inciden en el recorrido por medio de su iluminación natural y artificial.</p> <p>Los recorridos inevitables los inciden componentes gráficos y estructurales.</p>

Cuadro n°15. Cuadro de resultados Matriz de Instalaciones. Elaboración Propia

Variable Estudiada	Situación Detectada	Incidencias
Condicionantes Ambientales	<p>El 100% de las instalaciones posee el color verde y café. Le siguen rojo, amarillo y gris en un 50% de las instalaciones y por último el blanco en un 25%.</p> <p>Las texturas lisas y rugosas se repiten en todas las instalaciones.</p> <p>La utilización de materiales de acuerdo a las instalaciones son: Madera 100% Metal 50% Plástico 25% Vidrio 25%</p> <p>El 100% de las instalaciones posee una ambientación rústica.</p> <p>El 75% posee mobiliario y decoración con materiales nobles.</p> <p>Un 50% posee iluminación natural. El otro 50% posee una iluminación artificial en el interior y una iluminación natural en el exterior.</p>	<p>Al tener el 75% de las instalaciones situadas en un entorno natural, incidirá en los colores que tienen mayor presencia en el 100% de las instalaciones. Éstos son el verde y café.</p> <p>Ya que el 100% de las instalaciones tienen una ambientación rústica, incide en la utilización de madera como un material noble principal en el mobiliario y decoración.</p> <p>La luz natural es suficiente para iluminar todas las señales en exteriores, ya que la ruta sólo se realiza en jornada diurna. En lo que respecta a los interiores de las instalaciones, existe una iluminación artificial adecuada para la señalética.</p>

Cuadro n°16. Cuadro de resultados Matriz de Instalaciones. Elaboración Propia

5.3. Cuadro de resultados Matriz de Fichas Señaléticas

Variable Estudiada	Situación Detectada	Incidencias
Tipología	<p>Se detectó que según su objetivo de un total de 7 señales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 corresponden a identificación - 2 de tipo reguladora - 1 ornamental - 1 informativa <p>Según la sujeción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4 autotransporte - 2 de banda - 1 estela de identidad 	<p>Se ve claramente una falta de señalética en la ruta, esto incide en la orientación y seguridad del público ya que no se están entregando todos los mensajes necesarios para que la Ruta de la Madera se ejecute eficazmente.</p>
Módulo Compositivo	<p>El 100% posee un módulo compositivo en forma de rectángulo, el cual lo usan para enmarcar el texto el cual está alineado centrado.</p>	<p>Este módulo compositivo incide en la composición de los elementos que conforman la señalética.</p>

Cuadro n°17. Cuadro de resultados Matriz de Fichas Señaléticas. Elaboración Propia

Variable Estudiada	Situación Detectada	Incidencias
Tipografías	La tipografía utilizada en las señales que hay actualmente es de la familia tipográfica san serif ; por la forma son altas , es decir, mayúsculas en su mayoría; con su peso o ancho del trazado son negritas o bold ; el color de la tipografía en general es verde sobre fondo blanco o negra sobre fondo blanco .	Incide de forma negativa en el proceso de comunicación. Se hace poco ágil la lectura. No existe un orden en los textos ni una normativa correcta en su aplicación.
Pictogramas	No existe utilización de pictogramas.	Es un desmedro a la comunicación funcional del sistema porque éstos son signos que entregan un mensaje en un corto período de tiempo y lo codifica dándole un significado inmediato al lector no importando nacionalidad, idioma ni etnia.
Código Cromático	Se constató que 5 de 7 señales posee un fondo blanco. Tres de siete señales posee un fondo blanco con texto verde y 2 de 7 señales posee el fondo blanco con texto negro. Se detectó una señal que posee un fondo amarillo con texto negro y otra señal con fondo rojo y texto gris. Existe un 20% fondo rojo con texto blanco que se usó para una señalética de prohibición. En un 40% se puede apreciar el uso de isotipo desactualizado de la empresa.	El uso del color incide en la coherencia de la identidad de la Ruta de la Madera.
Materialidad	Cinco de 7 señales utiliza madera con fijaciones de metal. Una señal posee acrílico blanco, madera y fijaciones de metal. Otra señal es de aluminio con fijación de metal a la pared.	El uso de los materiales incide en la coherencia de los ambientes interno y externo de las instalaciones.
Ergonomía Visual	Cinco señales poseen una ubicación a la altura adecuada, permitiendo una eficiente ergonomía visual. Dos señales se han dispuesto a ras de suelo lo que dificulta la lectura. Y una señal está en un lugar poco afortunado para que sea legible, ya que una cerca actúa como obstáculo para poder detectar la señal y leerla. Se visualiza claramente la falta de señales en ciertos puntos claves que son necesarios señalar.	Se observa la falta de planificación del sistema en las señales, ya que presentan dificultad de visibilidad. Esto demuestra que no se tomó en cuenta los flujos y recorridos de los públicos.

Cuadro n°18. Cuadro de resultados Matriz de Fichas Señaléticas. Elaboración Propia

VI. CONCLUSIONES

Las conclusiones de la Tesis se producen a través del cruzamiento entre el marco teórico analizado y adoptados y los resultados del trabajo de campo ejecutado.

6.1. Conclusiones de Contenidos

Las conclusiones de contenidos se estructuran en torno a 4 temas que se distinguen como primordiales para el desarrollo de los lineamientos de la identidad visual del sistema de señalización de la Ruta de la Madera. Estos son: Comunicación; Identidad; Señalización y Señalética; y Elementos Operacionales.

De acuerdo a la hipótesis planteada en esta tesis, se esperaba encontrar una correcta aplicación de los principios de la identidad visual que facilitarían la coherencia del sistema de identificación visual y señalización del producto turístico “La Ruta de la Madera”. Esto se ratificó en el trabajo de campo implementado, luego de que se diagnosticara una incoherencia en el sistema de identidad visual y señalización a causa de la incorrecta aplicación de los principios de identidad visual. Esto refleja claramente una carencia en diseño y comunicación estratégica de La Ruta de la Madera

6.1.1. Identidad

Los valores y atributos que entrega la empresa Arauco deben ser tomados como referentes para un posterior diseño de la identidad de la Ruta de la Madera, ya que queda de manifiesto que la ruta no posee una coherencia con la identidad de la empresa, y es ésta la que quiere someter a la futura marca de la ruta de la madera de la marca de la empresa Arauco.

En el ámbito de las instalaciones se corroboró diferencias significativas, principalmente en función de la tipología funcional con la ubicación geográfica de cada una de éstas.

La dispersión geográfica es el factor que evidenció un patrón de diferencias, significativas y generalizadas, entre las instalaciones en relación al nivel de integración actual de la identidad visual en el sistema de señalización de la Ruta de la Madera.

6.1.2. Comunicación

Como conclusión se ve una primordial necesidad de generar el programa de comunicación de la Ruta de la Madera, el cual deberá definir la identidad de la ruta y mejorar el plan de medios que utilizan para comunicar La Ruta de la Madera.

La Ruta de la Madera carece de un sistema integral de comunicación que le permita relacionarse de forma eficiente con sus diversos públicos. Esto se debe a que:

- La Ruta de la Madera carece de una marca que sea reconocible por sus públicos.

- La Ruta de la Madera carece de un sistema comunicacional íntegro y coherente en términos formales, capaz de posicionarse en la memoria de sus diversos públicos objetivo.
- La Ruta de la Madera posee un deficiente sistema de difusión y promoción.
- La Ruta de la Madera carece de un sistema de señalización integral que refleje la aplicación de una marca.

6.1.3. Señalización y Señalética

Se concluye que existe una falta de planificación y gestión, por lo tanto no existen los parámetros necesarios para formar un sistema coherente de señalética en la Ruta de la Madera.

Coherencia y unidad de la señalética

Se aprecia una incoherencia entre las señales por el hecho de que se encuentran ubicadas en diferentes instalaciones y muy distantes unas de otras, generando una dispersión de la señalética. Es por esto que se presentan diferentes materialidades, soportes y características formales de la señal que no cooperan en el trabajo de comunicar correctamente la identidad corporativa de la empresa. Además se aprecia en su mayoría una mala mantención de la señalética. Esto demuestra una gestión deficiente del sistema de señalización.

Iconicidad y pictograma

En lo que respecta a características formales, se ve la utilización de un solo ícono en sólo 2 señales; este ícono es el que se usa en la marca de la empresa, representando un pino. Se concluye que la comunicación del sistema no es funcional, ya que la falta de signos hace que el mensaje demore más tiempo en transmitir y codificar.

Se requiere un sistema de señalización vehicular, ya que el acceso a la Ruta de la Madera se realiza por medio de un bus gratuito y si los visitantes desean ir de forma particular deberán ir por sus propios medios de transporte. A continuación se presentan imágenes de las vías que deben ser recorridas para llegar a las instalaciones.



Fotografía n°1. Calles de Constitución.



Fotografía n°2. Calles de Constitución.



Fotografía n°3. Esquina Plaza Constitución.



Fotografía n°4. Costado Plaza Constitución.



Fotografía n°5. Puente Silva Henríquez.

Planificación, legibilidad y ergonomía

Se concluye que la falta de planificación del sistema de señalización y señalética afecta negativamente a la legibilidad, flujos y recorridos de los públicos.

Al no aplicar principios básicos de la ergonomía se influye negativamente en la legibilidad para los públicos, y por ende en los flujos y recorridos que estos deban hacer.

6.1.4. Elementos Operacionales

Como conclusión se puede decir que la selección de Públicos está directamente relacionada con el tipo de recorrido por cada instalación que conforma a la ruta de la madera, y ésta determinará la capacidad de personas para realizar la ruta, los tiempos de los recorridos, protocolos de atención y procedimientos.

VII. RECOMENDACIONES

A continuación se presentan los lineamientos para una futura aplicación de los principios de la Identidad Visual, lo cual facilitará la coherencia del sistema de señalización del producto turístico “La Ruta de la Madera” en la ciudad de Constitución, VII Región del Maule.

Estos lineamientos se construyen como respuesta a las conclusiones del diagnóstico obtenido en el trabajo de campo, en el cual surgieron tres factores que se distinguen como claves en el desarrollo de la ruta, estos son: Comunicación; Identidad; Señalización y Señalética; y Elementos Operacionales.

7.1. Identidad

Se concluye que es necesario realizar una imagen de la ruta de la madera pero destacando la de Arauco por sobre la ruta. Esto incidirá en los lineamientos del sistema de señalización, ya que bajo el amparo de esta directriz se debe diseñar la imagen de la ruta.

Existe una inconexión y dispersión de los elementos gráficos y comunicacionales los cuales le dan una incoherencia a la relación de la empresa con la ruta. Si bien esto es una debilidad se puede transformar en una oportunidad para establecer las bases gráficas comunicacionales y así lograr un posicionamiento de la Ruta de la Madera como un producto turístico de la empresa Celulosa Arauco y Constitución.

El manual de identidad visual deberá contener los siguientes lineamientos:

-Fundamentos de la marca gráfica

La marca gráfica: Composición, grilla constructiva, área autónoma mínima, colores corporativos y sugerencias, tipografía, modalidades de uso, normalización de tamaños, aplicación del color y la relación de figura y fondo.

A continuación se muestran las normas gráficas que posee la marca de la empresa :



MARCA ARAUCO



COLORES

COLORES PANTONE



COLORES CMYK

CYAN	100%	NEGRO	60%
MAGENTA	0%		
AMARILLO	79%		
NEGRO	8,5%		

GRILLA DE CONSTRUCCION



APLICACIONES MONOCROMATICAS



Positivo
Símbolo Negro 100%
Arauco Negro 75%



Negativo
Símbolo y Arauco
calados blanco



Positivo
Símbolo Negro 100%
Arauco Negro 75%



Negativo
Símbolo y Arauco
calados blanco

APLICACIONES COLOR



Sobre fondo blanco



Sobre fondo negro



Sobre fondo
Pantone 347



Sobre fondo
Pantone 137



Sobre fondo blanco



Sobre fondo negro



Sobre fondo
Pantone 347



Sobre fondo
Pantone 137

Fuente: normas gráficas 2008. Arauco.

7.2. Comunicación

Es necesario mejorar el sistema de gestión que hay en torno a este proyecto, para así trabajar en el desarrollo de este en forma coordinada con las diferentes áreas que posee.

Existe la necesidad de desarrollar un programa de identidad y también de desarrollar una estrategia de comunicación.

Las políticas y estrategias comunicacionales deben estar orientadas a revertir la imagen negativa que posee Arauco para la comunidad, que la relacionan con hechos negativos en el área del medioambiente de la zona. Es por esto, que es necesario que las estrategias comunicacionales sean confiables, sin caer en una imagen muy conservadora o seria, ya que es necesario acercar a los públicos a la empresa por medio de la Ruta de la Madera.

La estrategia comunicacional de la Ruta de la Madera se deberá regir por la selección de públicos que hace la empresa para la ruta, necesariamente debería haber una selección de canales y una forma de comunicación para cada uno de ellos.

7.3. Señalización y Señalética

Se recomienda un manual de identidad visual para la Ruta de la Madera, el cual deberá tener un nivel de claridad inequívoco y ejemplificar de modo directo y preciso las soluciones a cada problema de identidad con el fin de evitar interpretaciones erróneas. Para esto, es necesario establecer la creación de una normativa de los elementos estructurales de la Identidad Visual.

Para la señalética deberá contener los siguientes contenidos: Código tipográfico, código cromático (decodificación, colores, tipo de señal, criterios de legibilidad, plano con recorridos y ubicación de la señalética), pictogramas y nomenclaturas (decodificación), y módulos compositivos (decodificación, ubicación externos, ubicación internos, mapa de ubicación, marca gráfica, servicios/precaución, fichas informativas).

Se deben implementar señales de restricciones de seguridad en áreas restringidas bajo parámetros de seguridad para el público.

Las **Cuevas de Quivolgo** sólo poseen un cartel en el acceso con las señaléticas reguladoras de restricción y prohibición como recinto particular; y por sus características geográficas y arquitectónicas las cuevas deberían tener señales de tipo orientadora, informativa, direccionales, identificativas y reguladoras del espacio.

En la **planta de celulosa Constitución** se puede intervenir con la señalética sólo en el punto de acceso y salida de la planta y además en la sala de recibimiento en donde se muestra un video corporativo y otro del proceso de la celulosa, y se le da al público instrucciones de seguridad para prevenir algún accidente en la planta, ya que es netamente industrial. Así, este espacio necesita de señales tipo informativa, identificativas y reguladoras de restricción y prohibición.

El **Vivero de Quivolgo** por ser de categoría industrial, posee una señalética para sus producciones forestales, pero más allá no existe un sistema de señalización planificado, sólo se encuentran señales de diferentes características formales que no unifican el entorno

y por tanto es necesario en esta instalación diseñar señales para los servicios que se usará el público y señales de identificación de la empresa y la ruta de la madera.

En el **centro de visitantes Quivolgo** se necesitan señales de tipo orientadora, informativa, direccionales, identificativas y reguladoras de restricción y prohibición. En el arboretum se nota una intención de querer comunicar con un mismo lenguaje pero este no es implementado de la mejor manera porque la señalética no tiene un criterio bien definido y no está en buenas condiciones por falta de mantenimiento, y además existen casos en que la ubicación de la señalética no es la más acertada, ya que existen elementos que obstruyen la legibilidad de ésta.

7.4. Elementos Operacionales

A continuación se presenta un itinerario para la ruta de la madera, creando diferentes recorridos según el tipo de público.

7.4.1. Itinerario general para todos los circuitos

Circuito a)

Para realizar la “Ruta de la madera” se debe llegar a la plaza de armas de Constitución, VII Región. A ésta se puede tener acceso por medio de transporte ferroviario; bus y automóvil. Frente al teatro, en la Plaza de Armas, se ubica un bus de acercamiento gratuito que los llevará al centro forestal de visitantes Quivolgo. El bus sale en la mañana a las 11:00 horas y en la tarde a las 16:00 horas.

Llegando al estacionamiento del centro de visitantes, recorren por un sendero el arboretum en donde se muestran diferentes árboles y arbustos. Luego los recibe la guía turística que estará explicándoles de la historia de Constitución y del ciclo de la madera. Después se les lleva a las cuevas de Quivolgo, que están a las afueras del centro y que se implementan a modo de museo de sitio, ahí la guía cuenta de la historia de los primeros habitantes de la zona y datos históricos. Luego se les hace entrega de un refrigerio terminando así el circuito y volviendo al bus que los llevará de vuelta a la Plaza de Armas de Constitución.

Circuito b) (es se conforma del circuito a+b)

Desde el estacionamiento del centro de visitantes el bus emprende camino hacia el Vivero Quivolgo, el cual se encuentra a 10 minutos aproximadamente por la carretera costera hacia el norte de Constitución. Los visitantes que van a esta instalación se les avisa con anterioridad que deben llevar sus propios zapatos de seguridad además de protegerse del sol con sombreros y bloqueador solar. El guía que está a cargo del recorrido por el vivero les da instrucciones de seguridad y cada persona debe pasar por módulos desinfectantes los cuales contienen un líquido con una esponja y la persona debe pisar la esponja como precaución a ingresar al vivero alguna bacteria que pueda afectar las plantas. Luego de recorrer el vivero siguiendo el proceso de producción, las personas acuden al casino para un almuerzo gratis. Después de esto suben al bus que los llevará de vuelta a la Plaza de Armas de Constitución.

El circuito c) (se conforma por el circuito a) + b)

Después de haber almorzado en el vivero, se traslada al público hacia la celulosa Licancel o constitución, ahí los recibe un profesional de la planta y se les da a conocer en una sala multimedia un video corporativo de Arauco empresa y además del proceso de fabricación de celulosa que hace Arauco en esa instalación. Luego de esto se les da instrucciones de prevención de riesgos, se les entrega un caso de seguridad y lentes para hacer un recorrido caminando por la fábrica y conociendo de los principales procesos que se ejecutan en la planta. Al volver a la sala se les hace la despedida con un refrigerio, y el bus los traslada a la Plaza de Armas de Constitución, terminando así el recorrido por “La Ruta de la Madera”.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

Bibliografía:

- Comunicación corporativa: y revolución de los servicios. Joan Costa, Madrid 1995, Ediciones Ciencias Sociales.
- Imagen Corporativa en el siglo XXI. Joan Costa, Buenos Aires 2003, La Crujía.
- La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional. Norberto Chaves, Barcelona 1999, Ed. Gustavo Gili.
- Planificación estratégica de la imagen corporativa. Paul Capriotti, Barcelona 1999, Edición Ariel.
- Señalética. De la señalización al diseño de programas. Joan Costa, Barcelona 1989, Edición CEAC
- Sistemas de Signos. Krampen y Aicher, 1981, Ed. GG.
- **El diseño en la empresa.** Oriol Pibernat i Domènech, Madrid: INFE, D.L. 1986.
- Producto Turístico. Fabio Cárdenas Tabares, México 1986, Editorial Trillas.
- Mercadotecnia. Fischer Laura y Espejo Jorge, 2004, Mc Graw Hill Interamericana.

Memoria:

- Programa de comunicación turística para Valparaíso, Macarena Lara Farías, año 2003. Universidad de Valparaíso, Escuela de Diseño.

Seminario:

- Modelo de Operaciones Turísticas en Venezuela , Joel Campuzano, año 1998. Universidad Simón Bolívar

Documentos:

- Anuario de Turismo, Informe Sernatur 2007
- “Chile: perfil del turista y comportamiento del turismo interno según macrozonas, temporada diciembre 2006 – marzo 2007”, SERNATUR, departamento de promoción y fomento, octubre de 2007.
- Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética, Rafael Quintana, año 2007.

- Proyecto Museo de Sitio Cuevas Quivolgo, Consejo de Monumentos Nacionales y Forestal Arauco.
- Documentos editados por la empresa:
 - Reporte anual 2007, Parque Oncol, folletos, trípticos y presentaciones power point sobre los puntos que pertenecen a la ruta.
 - Normas Gráficas 2008.

Entrevistas:

- Jefe de Área de Quivolgo, Forestal Celco.
- Jefe de Asuntos Públicos, Subgerencia de Asuntos Públicos, Provincia de Curicó, Región del Maule.

Electrónicas:

- www.arauco.cl <información sobre la empresa>
- www.constitucion.cl <información sobre ciudad>
- www.sernatur.cl <documentos de cifras sobre el turismo en la zona>
- www.elmaucho.cl <noticias y archivos sobre constitución>
- www.ine.cl <estadísticas y encuestas sobre turismo>

IX. INDICE DE CUADROS, FIGURAS Y FOTOGRAFIAS

Cuadros	Página
Cuadro n°1. Cuadro de análisis entrevista. Elaboración Propia	30
Cuadro n°2. Cuadro de análisis de entrevista. Elaboración Propia	31
Cuadro n°3. Relación Públicos con Instalaciones. Elaboración propia	32
Cuadro n°4. Cuadro de análisis cuestionario. Elaboración Propia	33
Cuadro n°5. Cuadro de análisis cuestionario Elaboración Propia	34
Cuadro n°6. Cuadro de análisis cuestionario Elaboración Propia	35
Cuadro n°7. Cuadro análisis matriz de instalaciones. Elaboración Propia	36
Cuadro n°8. Cuadro análisis matriz de instalaciones. Elaboración Propia	37
Cuadro n°9. Cuadro análisis matriz de instalaciones. Elaboración Propia	38
Cuadro n°10. Cuadro análisis matriz fichas señaléticas. Elaboración Propia	38
Cuadro n°11. Cuadro análisis matriz fichas señaléticas. Elaboración Propia	40
Cuadro n°12. Cuadro resultados entrevista y cuestionario Elaboración Propia	41
Cuadro n°13. Cuadro resultados entrevista y cuestionario Elaboración Propia	42
Cuadro n°14. Cuadro de resultados Matriz de Instalaciones. Elaboración Propia	42
Cuadro n°15. Cuadro de resultados Matriz de Instalaciones. Elaboración Propia	43
Cuadro n°16. Cuadro de resultados Matriz de Instalaciones. Elaboración Propia	44
Cuadro n°17. Cuadro de resultados Matriz de Fichas Señaléticas. Elaboración Propia	44
Cuadro n°18. Cuadro de resultados Matriz de Fichas Señaléticas. Elaboración Propia	45

Fotografías

Fuente: www.skyscrapercity.com

Fotografía n°1. Calles de Constitución.	47
Fotografía n°2. Calles de Constitución.	48
Fotografía n°3. Esquina Plaza de Constitución.	48
Fotografía n°4. Costado Plaza de Constitución.	49

Fotografía n°5. Puente Silva Henríquez. 49

Figuras

Figura 1. Marca Arauco, Fuente: Normas Gráficas 2008 14

Figura 2. Organigrama de la empresa. Fuente de elaboración propia. 15

Figura 3. Mapa físico VII Región. Fuente: www.icarito.cl 18

Figura 4. Mapa de acceso Constitución. Fuente: Extraído el 6 de junio de 2009
desde http://www.constitucion.cl/nuestra_comuna_acceso.htm 19

Figura 5. Mapa satelital de la ciudad de Constitución. 20
Fuente: Google earth + elaboración propia

IX. ANEXOS

1. Instrumentos de investigación

1.1. Entrevista por correo electrónico.

Marque con negrita la respuesta seleccionada.

I. COMUNICACIÓN CORPORATIVA

¿Considera usted que es necesaria una identidad propia para “La Ruta de la Madera”?	Sí	No
¿Es más importante destacar la imagen visual de la empresa Arauco por sobre la de “La Ruta de la Madera”?	Sí	No
¿La empresa Arauco tiene definida una estrategia de comunicación corporativa?	Sí	No
¿La empresa en su estrategia de comunicación corporativa tiene definido los públicos de “La Ruta de la Madera”?	Sí	No
¿La empresa tiene definido el plan de medios de comunicación para “La Ruta de la Madera”?	Sí	No
¿La empresa considera la elaboración de soportes y medios de comunicación para la promoción de “La Ruta de la Madera”?	SÍ	No

II. ELEMENTOS OPERACIONALES

1. ¿Por qué medio de transporte los públicos acceden a “La Ruta de la Madera”?
2. ¿Cuál es la capacidad máxima de personas para realizar “La Ruta de la Madera” eficazmente?
3. ¿Cuántos circuitos considera “La Ruta de la Madera”?
4. ¿“La Ruta de la Madera” tiene considerada el tiempo que se demora el visitante en recorrerla?
5. ¿A qué tipo de público está dirigida “La Ruta de la Madera”?
6. ¿Existe un protocolo para cada público en “La Ruta de la Madera”?
7. ¿Cuáles son las instalaciones que están consideradas para “La Ruta de la Madera”?

8. ¿Estas instalaciones están relacionadas según el tipo de público que accede a “La Ruta de la Madera”?
9. ¿Cuántos profesionales estarán a cargo del proyecto de “La Ruta de la Madera”, que actividades y tareas deberán realizar?
10. ¿Cuáles serán los horarios durante el año?
11. ¿Desde cuándo está abierto al público?
12. ¿Cuántas visitas han recibido a la fecha?

1.2. Cuestionario por correo electrónico

Marque con negrita la respuesta seleccionada.

1. IDENTIDAD CORPORATIVA

1.1. ¿"La ruta de la madera" tiene definida su identidad corporativa?

Sí No

1.2. ¿"La ruta de la madera" tiene un programa de identidad corporativa?

Sí No

1.2.1. ¿Es necesario diseñar un programa de identidad corporativa para "La ruta de la madera"?

Sí No

1.2.2. En caso afirmativo, ¿la empresa está consciente de su utilidad?

Sí No

1.3. ¿Cuáles son los objetivos a comunicar en el programa de identidad corporativa?

2. COMUNICACIÓN CORPORATIVA

2.1. ¿"La ruta de la madera" tiene definida una estrategia de comunicación?

Sí No

2.3. ¿En la estrategia de comunicación corporativa de "La ruta de la madera" se define:

	Sí	No	Explique brevemente
Qué se comunica?			
Cuándo se comunica?			
A través de que canales?			
Medios y soportes?			

2.4. ¿"La ruta de la madera" tiene definido los público?

Sí No

2.5. ¿Qué tipo de público tiene la ruta?

2.6. ¿Existe un protocolo para cada tipo de público?

Sí No

2.7. ¿La empresa en su mapa de públicos reconoce a: ?

	Sí	No	Explique brevemente
Líderes influyentes			
Públicos jerarquizados			
Clientes			
Proveedores			
Financistas			
Trabajadores empleados			
Otros (Quiénes?)			

2.8. ¿Existe un plan de medios de comunicación para "La ruta de la madera"?

Sí No

2.9. ¿Qué medios y soportes utiliza o utilizaría para gestionar la comunicación de “La ruta de la madera”?

	Sí	No
Papelería (hojas, facturas, tarjetas del personal etc.)		
Volantes o trípticos		
Folleto en el punto de información turística para visitante		
Catálogos de difusión turística		
Fotografías y Anuncios en revistas y periódicos		
Posters y Fotografías en los puntos de difusión		
Vallas camineras o paletas en la ciudad		
Pendones o lienzos en la empresa		
Señalética		
Televisión		
Packaging		
Transporte		
Ropa de trabajadores		
Edificio corporativo		
Otro (Cuál?)		

2.10. ¿Quién diseña y está a cargo del plan de medios?

	Sí	No
Gerencia general		
Gerencia de marketing		
Gerencia comercial		
Diseño (interno o externo)		
Relaciones públicas		
Otros (Quiénes?)		

1.3. Matriz de las instalaciones de la ruta de la madera



TIPOLOGÍA FUNCIONAL

El Centro de Visitantes Forestal Quivolgo posee una tipología funcional social-cultural, porque está hecho para la comunidad a modo de museo en donde se enseña como primera instancia en el exterior un arboretum de especies nativas que es recorrido por un sendero de piedras y 2 bancas que permiten descansar contemplando la naturaleza. Luego en el interior se exhibe la historia de Constitución, el ciclo forestal y el procesode la celulosa.

PERSONALIDAD

La personalidad de esta instalación, por su actividad de tipo museo se caracteriza por la tranquilidad que acoge al visitante; esto se ve reflejado en una iluminación cálida y el uso de colores naturales otorgado por los materiales.

IMAGEN DE MARCA

Las connotaciones distintivas de este espacio deben ser complementarias con la imagen de la marca Arauco.



IDENTIDAD



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



A) ZONIFICACIÓN

La lectura de los planos y la identificación sobre el terreno de la estructura espacial son requeridos para un mejor entendimiento de las unidades de información que se implantarán en el programa. La zona en la que está emplazado este recinto es con un entorno natural.

B) UBICACIÓN SERVICIOS

La ubicación de los servicios se pueden visualizar en el plano. El Centro de Visitantes esta encerrado en una circunferencia de color rosado y el arboretum marcado con un punto verde. Ambas marcas no se encuentran a mucha distancia entre sí.

C) RECORRIDO

El recorrido por el cual se accede a las instalaciones se marca con color anaranjado. A este camino se accede por la carretera costera de la zona y luego se interna en un camino de tierra el cual llega al Centro de Visitantes, Arboretum y Cuevas de Quivolgo.

Etap 2 Acopio de Información
FLUJOS Y PUNTOS CLAVES

CENTRO DE VISITANTES FORESTAL QUIVOLGO



Fuente de elaboración propia



Fuente www.arauco.cl



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia

D) AFLUENCIA Y MOVIMIENTO DE PÚBLICO

El flujo de los públicos se desarrolla dentro del sendero del arboretum y luego sigue en el centro de visitantes a recorrer el ciclo forestal a través de puertas de hierro pintadas verde, las cuales representan el inicio o punto de entrada al ciclo el cual esta representado por una plataforma de madera pintada con colores saturados y primarios, los cuales indican el sentido de orientación del ciclo y se espera que el público camine sobre éste durante todo el recorrido del ciclo forestal.

E) RECORRIDO

El recorrido como ya mencioné anteriormente, está guiado en el exterior (arboretum) por un sendero de piedras, y en el interior (Centro de visitantes) por una plataforma en el área del ciclo forestal.

F) PROBLEMAS

Uno de los mayores problemas que hay en cuanto a flujos y movimiento de público es el que se presenta en la entrada del arboretum, ésta posee un cartel mal ubicado detrás de la cerca en donde no queda visible y en el se indican información del lugar como por ejemplo los horarios de atención. En el centro de visitantes hay una plataforma con cierta altura la cual puede ocasionar problemas, ya que el público puede tropezar con ésta, cayendo al suelo y luego lastimandose.

Etap 2 Acopio de Información
FLUJOS Y PUNTOS CLAVES

CENTRO DE VISITANTES FORESTAL QUIVOLGO



CONDICIONANTES ARQUITECTÓNICAS



Fuente de elaboración propia

ALTURA DE TECHOS Y CONDICIONES DE ILUMINACIÓN NATURAL

La iluminación es artificial en todo el centro de visitantes. La altura de los techos es de doble altura para tener un aprovechamiento de espacio, ya que hay un altillo que exhibe fotografías históricas de constitución.

RECORRIDOS INEVITABLES

Los recorridos inevitables son los que se deben pasar por ese lugar y no existe otra alternativa. Esto corresponde a todo el sendero del arboretum quivolgo, y la entrada al centro de visitantes; estando en el interior el público puede hacer el recorrido que se le apetezca aunque siempre el guía va a seguir el indicado por las estructuras dispuestas en su interior con este fin.

Etapa 2 Acopio de Información

CENTRO DE VISITANTES FORESTAL QUIVOLGO

CONDICIONANTES ARQUITECTÓNICAS



**CONDICIONES
AMBIENTALES**



COLORES

Los cromas que se encuentran aquí son: verde, café, rojo y amarillo. Estos están presentes en varios tonos y saturaciones, pero principalmente predominan los tonos del color café, amarillo y verde.

TEXTURAS

Se presentan texturas lisas y rugosas que dependen del material del que este conformado o de los tratamientos de que se le hayan dado al producto.

MATERIALES

El material más utilizado por la empresa es la madera de pino, además están presentes elementos naturales como las piedras y troncos de árboles. También en la construcción se utiliza el estilo rústico, en donde se dejan vigas a la vista, labrillos que conforman paredes de interior y que se lucen con sus colores.

Etapa 2 Acopio de Información

CENTRO DE VISITANTES FORESTAL QUIVOLGO

CONDICIONES AMBIENTALES



**CONDICIONES
AMBIENTALES**



Fuente de elaboración propia

**DECORACIÓN Y
MOBILIARIO**

Dentro del centro de visitantes existe una decoración con un estilo acogedor por medio de la calidad de la luz, por su proyección y los colores de materiales naturales. Esto invita al público a contemplar los productos allí exhibidos, a modo de museo. El mobiliario está hecho de materiales nobles como la madera y el vidrio. Los módulos que existen de exhibición están conformados por una base en madera pintada negra con vertices en madera color natural barnizado incoloro y sobre ésta yace un a estructura de vidrio a modo de encapsular los elementos exhibidos.

ILUMINACIÓN

Existe sólo iluminación artificial por medio de focos halógenos colgados de una plataforma que se refleja en el suelo y también en estructuras de madera que estan colgadas del techo y que sirven como base para la instalación de éstos focos.

Etapa 2 Acopio de Información

CENTRO DE VISITANTES FORESTAL QUIVOLGO

CONDICIONES AMBIENTALES



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia



www.arauco.cl



Fuente de elaboración propia



Fuente de elaboración propia

IDENTIDAD



TIPOLOGÍA FUNCIONAL

Este posee una tipología funcional social-cultural, ya que está hecho para la comunidad a modo de museo de sitio en donde se enseña la historia de los primeros habitantes de esa zona. Se cuenta además con miradores y pasarelas que conectan una cueva de otra.

PERSONALIDAD

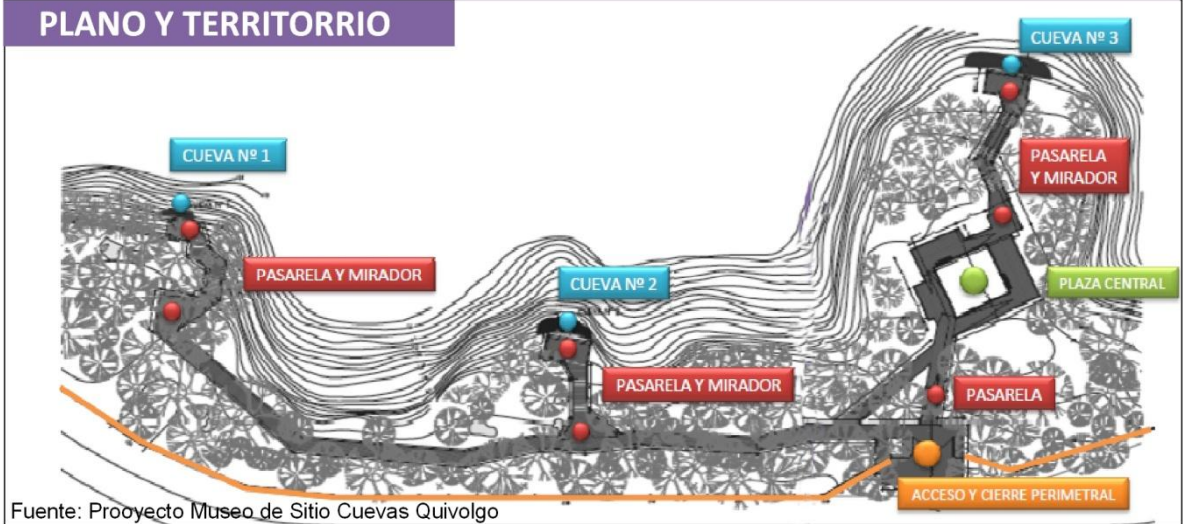
La personalidad de esta instalación es dinámica por los recorridos que posee y rodeado de la naturaleza que invita a descubrir.

IMAGEN DE MARCA

Las connotaciones distintivas de este espacio deben ser complementarias con la imagen de la marca Arauco. No existe el desarrollo de la imagen de la Ruta de la Madera.

Etapla 2 Acopio de Información
PLANO Y TERRITORIO

CUEVAS DE QUIVOLGO



A) ZONIFICACIÓN

La lectura de los planos y la identificación sobre el terreno de la estructura espacial son requeridos para un mejor entendimiento de las unidades de información que se implantarán en el programa. La zona en la que se emplaza es en un entorno natural.

B) UBICACIÓN SERVICIOS

Solamente existe el servicio de estacionamiento el cual se puede observar su ubicación en el mapa esquemático de la zona. Es el mismo estacionamiento usado para el centro de visitantes.

C) RECORRIDO

El recorrido por el cual se accede a las instalaciones se marca con color anaranjado. A este camino se accede por la carretera costera de la zona y luego se interna en un camino de tierra el cual llega a las Cuevas de Quivolgo.

Etapa 2 Acopio de Información
PLANO Y TERRITORIO

CUEVAS DE QUIVOLGO



Fuente: Prooyecto Museo de Sitio Cuevas Quivolgo

A) ESTACIONAMIENTOS

Se usan los mismos estacionamientos que tiene el centro de visitantes.



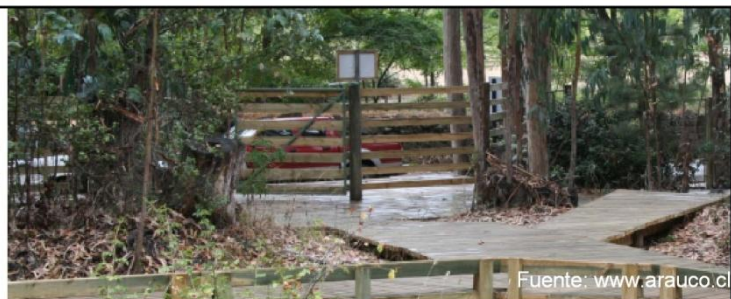
Fuente: www.arauco.cl

B) INFORMACIÓN

La misma guía del centro de visitantes se encarga de llevarlos a las cuevas y les enseña sobre los primeros habitantes de la zona.

C) ENTRADAS/SALIDAS

La entrada y salida está señalizada con una señalética improvisada sólo en la puerta de acceso.



Fuente: www.arauco.cl



Fuente de elaboración propia

**D) AFLUENCIA Y
MOVIMIENTO DE PÚBLICO**

El flujo de los públicos esta restringido por el uso de las pasarelas y miradores. Estas son las que comunicacn una cueva de otra.

E) RECORRIDO

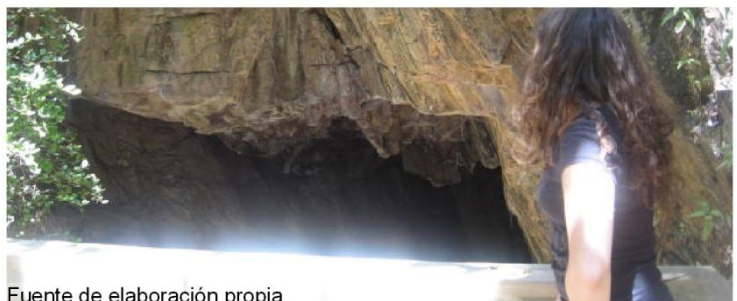
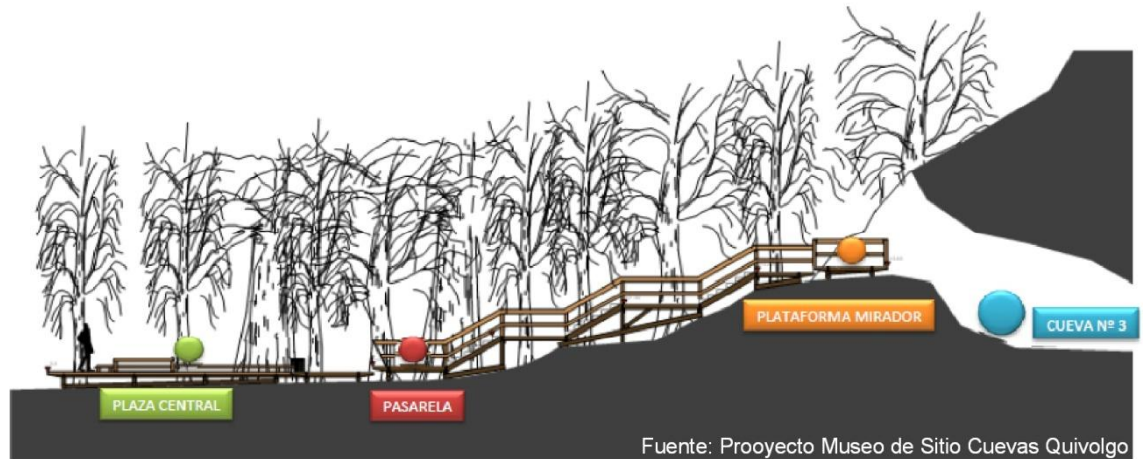
El recorrido está guiado por las pasarelas conectoras de cada cueva y de los miradores que posee el circuito para la observación.

F) PROBLEMAS

Problema claro es la nula implementación de un sistema de señalización que permita como mínimo, identificar las cuevas y prevenir accidentes.

Etapa 2 **Acopio de Información**
FLUJOS Y PUNTOS CLAVES

CUEVAS DE QUIVOLGO



CONDICIONANTES ARQUITECTÓNICAS

ALTURA DE TECHOS Y CONDICIONES DE ILUMINACIÓN NATURAL

No existen techos ya que es al aire libre y la iluminación natural es la adecuada para efectuar el recorrido.

RECORRIDOS INEVITABLES

Lo conforman todas las pasarelas, es decir, el circuito completo.

CONDICIONANTES AMBIENTALES

COLORES

Destacan los colores verde, café y gris.

TEXTURAS

Existen texturas rugosas y lisas a causa de los materiales usados.

MATERIALES

El material usado es la madera y para sujeción se usó el metal.

AMBIENTACIÓN, DECORACIÓN Y MOBILIARIO

Posee una ambientación rústica por el uso de los materiales en la estructura.

ILUMINACIÓN

Hay una iluminación natural, ya que está al aire libre esta instalación. No posee iluminación artificial.

IDENTIDAD



Fuente de elaboración propia

TIPOLOGÍA FUNCIONAL

Este posee una tipología industrial, ya que está hecho para la producción de celulosa café.



Fuente de elaboración propia

PERSONALIDAD

La personalidad de esta instalación es dinámica que cautiva al visitante mediante los flujos de trabajadores y maquinarias, además de los sonidos de la industria.



Fuente de elaboración propia

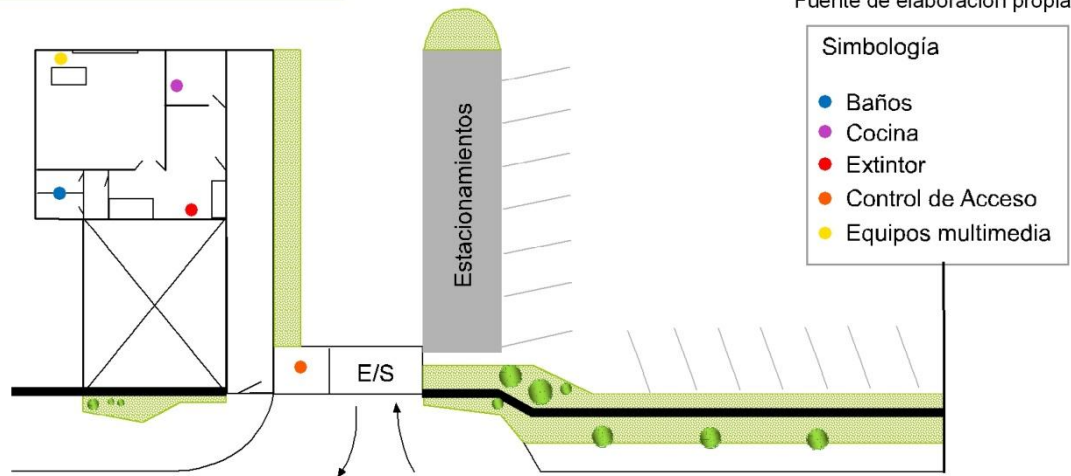
IMAGEN DE MARCA

Las connotaciones distintivas de este espacio deben ser complementarias con la imagen de la marca Arauco. Solamente en la fachada proyecta la imagen de arauco.



Fuente de elaboración propia

Fuente de elaboración propia



A) ZONIFICACIÓN

La lectura de los planos y la identificación sobre el terreno de la estructura espacial son requeridos para un mejor entendimiento de las unidades de información que se implantarán en el programa. La zona en la que se emplaza es en un entorno urbano.

B) UBICACIÓN SERVICIOS

Solamente existe el servicio de estacionamiento el cual se puede observar su ubicación en el mapa esquemático de la zona.

C) RECORRIDO

El recorrido por el cual se accede a la instalación está en una de las avenidas principales de la ciudad de Constitución.

FLUJOS Y PUNTOS CLAVES



A) ESTACIONAMIENTOS

El estacionamiento posee la capacidad adecuada para la cantidad de público.



B) INFORMACIÓN

La información la entrega un guía, generalmente un administrativo de la celulosa con conocimientos del proceso de fabricación de ésta.

C) ENTRADAS/SALIDAS

En la entrada/salida de la planta existe señalética que comunica la imagen de la empresa. Además de una caseta de guardias de seguridad que controlan el acceso a la planta.



D) AFLUENCIA Y MOVIMIENTO DE PÚBLICO

La afluencia y movimientos de públicos están regulados por normas de seguridad internas de la empresa.

E) RECORRIDO

Los recorridos están dispuestos por los guías que facilita la planta, los cuales son administrativos. Antes de salir a recorrer dan una pequeña introducción a la prevención de riesgos para que no ocurran accidentes mientras se ejecuta el recorrido.



F) PROBLEMAS

Como problema se puede apreciar una nula señalización sobre la ruta de la madera.

CONDICIONANTES ARQUITECTÓNICAS

ALTURA DE TECHOS Y CONDICIONES DE ILUMINACIÓN NATURAL

Dentro de la sala de multimedia existe un techo con una altura promedio de 2,5 mts. y las condiciones de iluminación natural

RECORRIDOS INEVITABLES

Los recorridos inevitables están marcados por líneas de seguridad pintadas en el pavimento.

CONDICIONANTES AMBIENTALES

COLORES

En este recinto destacan los colores verde, café, gris, amarillo y rojo.

TEXTURAS

Existen texturas rugosas y lisas a causa de los materiales usados.

MATERIALES

El material dentro de la sala es madera y metal, y en el exterior concreto y metal.

AMBIENTACIÓN, DECORACION Y MOBILIARIO

La ambientación posee un estilo rústico con listones de madera a la vista en el interior de la sala. En el exterior es un estilo industrial. La decoración está basada en materiales nobles y a modo de sala de clases.

ILUMINACIÓN

La iluminación es artificial al interior de la sala. En el exterior es iluminación natural y artificial.

IDENTIDAD



Fuente Elaboración propia

TIPOLOGÍA FUNCIONAL

Esta instalación posee una tipología funcional agroindustrial, ya que en ella se desarrollan con la más alta tecnología, pinos y eucaliptos para la reforestación y plantación de nuevos bosques para nuestro país.



Fuente Elaboración propia

PERSONALIDAD

La personalidad proyecta tranquilidad que acoge al visitante gracias a los colores naturales del entorno.

IMAGEN DE MARCA

Las connotaciones distintivas de este espacio deben ser complementarias con la imagen de la marca Arauco. No existe el desarrollo de la imagen de la Ruta de la Madera ni proyecta la identidad de Arauco.



A) ZONIFICACIÓN

La zona en la que está emplazado el vivero es en una zona rural en donde el entorno es natural.

B) UBICACIÓN SERVICIOS

La personalidad proyecta tranquilidad que acoge al visitante gracias a los colores naturales del entorno.

C) RECORRIDO

Por ser un recorrido al aire libre la iluminación natural es adecuada para efectuar el recorLa personalidad proyecta tranquilidad que acoge al





A) ESTACIONAMIENTOS

Posee un estacionamiento adecuado para la cantidad de público que recibe con la Ruta de la Madera.



B) INFORMACIÓN

La información la entrega un guía con conocimientos en biología que los instruye en el proceso de desarrollo que tiene el pino o eucalipto y la tecnología que se utiliza para esto.

C) ENTRADAS/SALIDAS

En las entradas/salidas existe una escasa señalética de la empresa y nula sobre la Ruta de la Madera.

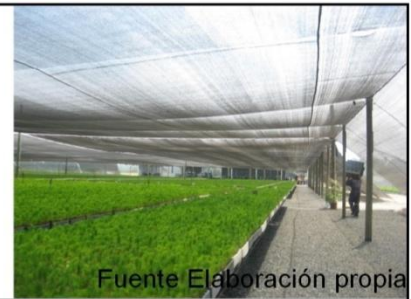
FLUJOS Y PUNTOS CLAVES



Fuente Elaboración propia

D) AFLUENCIA Y MOVIMIENTO DE PÚBLICO

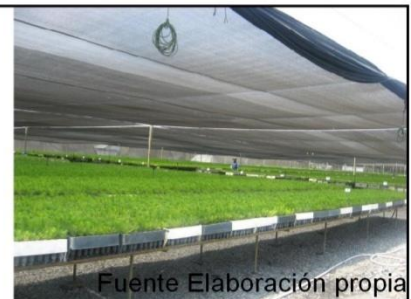
La afluencia y movimiento de públicos está regulado por el guía quien planifica el recorrido de acuerdo a los procesos que se llevan en esta industria.



Fuente Elaboración propia

E) RECORRIDO

Existe un único recorrido en esta planta, la cual da un almuerzo a los visitantes de la jornada de la mañana para finalizar la visita al vivero.



Fuente Elaboración propia

F) PROBLEMAS

Un problema que se puede presentar es la escasa señalética que identifica a Arauco y la nula señalización sobre la Ruta de la Madera. Además la señalética que poseen en los viveros se encuentra deteriorada y sólo posee una normativa de códigos numerales.



Fuente Elaboración propia

CONDICIONANTES ARQUITECTÓNICAS

ALTURA DE TECHOS Y CONDICIONES DE ILUMINACIÓN NATURAL

Solamente existe una altura de techos en el comedor del vivero el cual corresponde a 2,30 mts. Este comedor cuenta con iluminación artificial. Al exterior no se necesita iluminación artificial, basta con la iluminación natural.

RECORRIDOS INEVITABLES

Los únicos recorridos inevitables son los que se estructuran mediante las instalaciones del propio vivero.

CONDICIONANTES AMBIENTALES

COLORES

En este recinto destacan los colores verde, café y blanco.

TEXTURAS

Existen texturas rugosas y lisas a causa de los materiales usados.

MATERIALES

El material usado es madera, metal y plástico.


AMBIENTACIÓN, DECORACION Y MOBILIARIO

La ambientación posee un estilo rústico con listones de madera como revestimiento del comedor, el cual no tiene una decoración. El mobiliario es básico, con mesas y sillas de madera.



ILUMINACIÓN

La iluminación es artificial al interior del comedor. En el exterior es iluminación natural.

1.4. Matriz de fichas señaléticas

FICHA 1 según su objetivo es de Identificación según la sujeción es de banda	Centro de Visitantes Quivolgo
 <p>Fuente google earth</p>	 <p>Fuente de elaboración propia</p>
A) Módulo compositivo	El módulo está enmarcado con una forma rectangular y curvada en sus vértices. Además el isotipo se ubica en la parte superior izquierda de la composición siguiéndole a este el mensaje tipográfico en la parte inferior del módulo y centrado.
B) Tipografía	El tamaño de la tipografía ocupa 1:4 en proporción con el espacio del soporte y así contrasta en su percepción visual por su tamaño, ya que está en mayúscula y posee color negro en la tipografía con fondo amarillo. Pertence a la familia tipográfica sans serif, fuente Franklin Gothic medium condensed.
C) Pictogramas	No posee.
D) Código Cromático	El color de fondo es amarillo, del texto es negro y del isotipo verde. En cierta manera hacen relación a los colores corporativos de Arauco, aunque está desactualizado, ya que la empresa a renovado su marca con otros tonos e isotipo.
E) Materialidad	La estructura está hecha de madera con fijaciones de metal, la cual se ve claramente que no se ha llevado a cabo una debida mantención de esta, con algún raspaje y aplicación de barniz para protegerla de factores climáticos.
F) Ergonomía Visual	La iluminación y el color es el correcto para una mejor visualidad de la señal, ya que el color negro genera contraste con fondo amarillo y la iluminación natural que posee es la adecuada para poder hacer legible el mensaje.

<p style="text-align: center;">FICHA 2</p>	<p style="text-align: center;">CENTRO DE VISITANTES FORESTAL QUIVOLGO</p>
<p>según su objetivo es de Identificación según la sujeción es autotransporte</p>	
<p>A) Módulo compositivo</p>	<p>El módulo está enmarcado con una forma rectangular y curvada en sus vértices. El mensaje tipográfico utiliza todo el espacio disponible de manera centrada.</p>
<p>B) Tipografía</p>	<p>El tamaño de la tipografía ocupa todo el espacio en proporción con el soporte y contrasta en su percepción visual por tamaños y también por el uso del color corporativo antiguo correspondiente al verde en la tipografía con fondo blanco.</p>
<p>C) Pictogramas</p>	<p>No posee.</p>
<p>D) Código Cromático</p>	<p>El color de fondo es blanco, del texto es verde.</p>
<p>E) Materialidad</p>	<p>La estructura está hecha de madera con fijaciones de metal.</p>
<p>F) Ergonomía Visual</p>	<p>La iluminación natural es la correcta para una visualidad de la señal, pudiendo ser mejor. El color utilizado quizás no llama tanto la atención por estar a una altura muy a ras de suelo.</p>

FICHA 3	CENTRO DE VISITANTES FORESTAL QUIVOLGO
según su objetivo es Informativa según la sujeción es autotransporte	
 <p>Fuente google earth</p>	 <p>Fuente de elaboración propia</p>
A) Módulo compositivo	El módulo está enmarcado con una forma rectangular que parte de izquierda con color amarillo hasta ir degradando el croma al verde corporativo antiguo de la empresa. El mensaje tipográfico utiliza todo el espacio disponible de manera centrada, pero al ser demasiada la información se dificulta la legibilidad.
B) Tipografía	El tamaño de la tipografía está saturando el espacio y contrasta en su percepción visual por tamaños aunque es siempre con mayúscula. El uso del color corporativo antiguo correspondiente al verde en la tipografía con fondo blanco.
C) Pictogramas	No posee.
D) Código Cromático	El color de fondo es blanco, del texto y del isotipo verde. En cierta manera hacen relación a los colores corporativos de Arauco, aunque está desactualizado, ya que la empresa a renovado su marca con otros tonos e isotipo.
E) Materialidad	La estructura está hecha de madera con fijaciones de metal.
F) Ergonomía Visual	La iluminación y el color es el correcto para una visualidad de la señal, ya que el color verde genera contraste con fondo blanco y la iluminación natural que posee es la adecuada para poder hacer legible el mensaje, aunque se ha dispuesto en un lugar poco afortunado para su legibilidad, ya que es necesario pisar la cerca y elevarse para poder leer la información.

FICHA 4

según su objetivo es **reguladora**(restricción y prohibición); según la sujeción es de **banda**



Fuente google earth



CENTRO DE VISITANTES FORESTAL QUIVOLGO



Fuente de elaboración propia

<p>A) Módulo compositivo</p>	<p>El módulo está enmarcado con una forma rectangular vertical. El mensaje tipográfico principal se ubica en la parte superior del espacio y de manera centrada, mientras que la demás información en menor tamaño está justificada a la izquierda.</p>
<p>B) Tipografía</p>	<p>El abuso de información está saturando el espacio y contrasta en su percepción visual por tamaños, aunque es siempre con mayúscula. El uso del color corporativo antiguo correspondiente al verde en la tipografía con fondo blanco.</p>
<p>C) Pictogramas</p>	<p>No posee.</p>
<p>D) Código Cromático</p>	<p>El color de fondo es blanco, del texto es verde. En cierta manera hacen relación a los colores corporativos de Arauco, aunque está desactualizado, ya que la empresa renovó su marca con otros tonos e isotipo.</p>
<p>E) Materialidad</p>	<p>La estructura está hecha de madera con fijaciones de metal.</p>
<p>F) Ergonomía Visual</p>	<p>La iluminación y el color es el correcto para una visualidad de la señal, ya que el color verde genera contraste con fondo blanco y la iluminación natural que posee es la adecuada para poder hacer legible el mensaje. Además la altura favorece a la ergonomía visual.</p>

FICHA 5	CUEVAS DE QUIVOLGO
según su objetivo es reguladora(restrictiva); según la sujeción es autotransporte	 <p>Fuente de elaboración propia</p>
 <p>Fuente google earth</p>	<p>En este caso solo se encuentra una señalética informativa en donde da cuenta del carácter privado del recinto y de señalética de prohibición para impedir el acceso a cualquier persona ajena. El módulo compositivo es rectangular y horizontal, centrado y utiliza todo el espacio que dispone.</p>
A) Módulo compositivo	<p>El tamaño de la tipografía ocupa todo el espacio del soporte y así contrasta en su percepción visual por tamaño y también por el uso del color negro en la tipografía con fondo blanco. En el mensaje prohibitivo se utiliza fondo rojo con tipografía blanca, haciendo un contraste mayor para llamar la atención.</p>
B) Tipografía	<p>No posee.</p>
C) Pictogramas	<p>No posee.</p>
D) Código Cromático	<p>El color de fondo es blanco, del texto es negro; para la señal de prohibición se uso fondo rojo con letras blancas para llamar la atención del lector.</p>
E) Materialidad	<p>La estructura está hecha de madera con fijaciones de metal.</p>
F) Ergonomía Visual	<p>La iluminación natural y el color utilizado permiten leer la señalética fácilmente. Además la posición de ésta se encuentra a la altura de los ojos del usuario lo que permite una eficiente ergonomía visual.</p>

<p>FICHA 6</p>	<p>CELULOSA CONSTITUCIÓN</p>
<p>por objetivo es ornamental(identificadora); por sujeción es estela de identidad</p>	 <p>Fuente google earth</p>  <p>Fuente de elaboración propia</p>
<p>A) Módulo compositivo</p>	<p>No existe un módulo de composición, pero sí el mensaje esta ubicado de forma centrada para una mayor atención.</p>
<p>B) Tipografía</p>	<p>El tamaño de la tipografía utiliza toda la pared la cual juega el rol de soporte y así contrasta en su percepción visual por tamaño y también por el uso de la materialidad, ya que la tipografía es de aluminio y el fondo es de ladrillo rojo.</p>
<p>C) Pictogramas</p>	<p>No posee.</p>
<p>D) Código Cromático</p>	<p>El color de fondo es rojo, del texto es gris.</p>
<p>E) Materialidad</p>	<p>La estructura está hecha de aluminio con fijaciones a la pared de ladrillo mediante perforaciones en ésta para insertar los elementos de metal.</p>
<p>F) Ergonomía Visual</p>	<p>La iluminación artificial permite una mejor visualidad de noche y el color da énfasis en el mensaje.</p>

FICHA 7

VIVERO QUIVOLGO

según su objetivo es de Identificación
según la sujeción es autotransporte



A) Módulo compositivo	El módulo está enmarcado con una forma rectangular. La distribución de los elementos está dividida en 2 columnas y estas correlativas una de otra, con justificación izquierda.
B) Tipografía	El tamaño de la tipografía ocupa proporcionalmente el espacio del soporte y contrasta por el uso del color negro sobre fondo blanco. Se está utilizando minúscula y sólo mayúscula en la primera letra de cada palabra.
C) Pictogramas	No posee.
D) Código Cromático	El color de fondo es blanco, del texto es negro.
E) Materialidad	La estructura está hecha de madera, acrílico blanco y fijaciones de metal. El metal está corroído por estar expuesto a la intemperie o a factores de riego.
F) Ergonomía Visual	La iluminación y el color es el correcto para una mejor visualidad de la señal, ya que el color negro genera contraste con fondo amarillo blanco y la iluminación natural que posee es la adecuada para poder hacer legible el mensaje.